



## DARMABAKTI CENDEKIA: Journal of Community Service and Engagements

www.e-journal.unair.ac.id/index.php/DC

### FINANCIAL STATEMENT ANALYSIS AND COMPANY PROFILE: ENHANCING MSMES CAPACITY TOWARDS INTERNATIONAL LEVEL

ANALISIS LAPORAN KEUANGAN DAN PROFIL PERUSAHAAN:  
PENINGKATAN KAPASITAS UMKM MENUJU LEVEL INTERNASIONAL

Scope:  
Social Economic

Riska Nur Rosyidiana<sup>1\*</sup> , Rizka Miladiah Ervianty<sup>2</sup> , Mochammad Nurul<sup>1</sup> , Afrisa Nirwana Santy<sup>1</sup> 

<sup>1</sup> Program Studi D3 Akuntansi, Fakultas Vokasi, Universitas Airlangga - Indonesia

<sup>2</sup> Program Studi D3 Manajemen Pemasaran, Fakultas Vokasi, Universitas Airlangga - Indonesia

### ABSTRACT

**Background:** Micro, Small, and Medium Enterprises (MSMEs) play a vital role in the economic landscape of a nation. A combination of support from multiple stakeholders can enhance the capacity of MSMEs to effectively fulfill their role. MSMEs have the potential to foster growth not only within local communities but also on a global scale. The ability of the firm's owner to analyze financial statements and build a comprehensive company profile may facilitate the start of internationalization efforts. **Objective:** The primary objective of this community service initiative is to enhance the knowledge and competencies of business owners in the areas of financial statement analysis and company profile preparation. **Method:** The training activities are conducted utilizing the pedagogical approach of lectures and interactive focus group discussions. Mentoring activities encompass practical exercises such as the analysis of financial reports and the preparation of business profiles. The data collection process involved the execution of pre-test and post-test, questions and answers, and the completion of activity evaluations by participants. **Results:** According to the findings, participants' knowledge and skills in assessing financial reports and developing business profiles improved. **Conclusion:** Financial statement analysis and the creation of company profiles are critical components that cannot be overlooked for MSMEs seeking to compete globally. Financial statement analysis is the fundamental instrument for making informed business decisions, whereas company profiles are visual representations and pictures that help a company develop a strong identity in the global market.

### ABSTRAK

**Latar belakang:** Usaha Mikro Kecil Menengah (UMKM) memegang peran yang vital dalam perekonomian suatu negara. Dukungan dari berbagai pihak dapat memperkuat UMKM dalam menjalankan peran tersebut. UMKM tidak hanya dapat berkembang di tingkat lokal namun juga di tingkat global. Upaya internasionalisasi dapat diawali dengan kemampuan pemilik usaha dalam melakukan analisis laporan keuangan dan penyusunan profil usaha yang baik. **Tujuan:** Kegiatan ini bertujuan untuk meningkatkan pengetahuan serta keterampilan pemilik usaha dalam analisis laporan keuangan dan penyusunan profil usaha. **Metode:** Pelaksanaan kegiatan ini dibagi menjadi pemaparan materi dan pendampingan. Pemaparan materi dilaksanakan dalam bentuk ceramah dan diskusi. Sedangkan pendampingan dilaksanakan dalam bentuk praktik analisis laporan keuangan dan penyusunan profil usaha. **Evaluasi** dilakukan melalui pre-test dan post-test, diskusi tanya jawab, serta pengisian evaluasi kegiatan. **Hasil:** Berdasarkan hasil analisis diketahui bahwa terdapat peningkatan pengetahuan dan keterampilan peserta dalam analisis laporan keuangan dan penyusunan profil usaha. **Kesimpulan:** Analisis laporan keuangan dan penyusunan profil usaha adalah faktor yang esensial bagi UMKM yang ingin bersaing secara global. Analisis laporan keuangan merupakan alat utama dalam pembuatan keputusan bisnis yang tepat, sementara profil usaha berperan sebagai representasi visual dan citra yang memberikan identitas yang kuat di pasar global.

### ARTICLE INFO

Received 06 February 2024

Revised 26 March 2024

Accepted 19 April 2024

Online 11 June 2024

\*Correspondence (Korespondensi):  
Riska Nur Rosyidiana

E-mail:  
riska.rosyidiana@vokasi.unair.  
ac.id

**Keywords:**  
Financial Statements Analysis;  
Company Profile; MSMEs;  
Global

**Kata kunci:**  
Analisis Laporan Keuangan;  
Profil Usaha; UMKM; Global

## PENDAHULUAN

Perekonomian Indonesia pasca Pandemi Covid-19 telah mengalami pertumbuhan sebesar 5,72 persen (yoy) di triwulan III 2022. Pemulihan ekonomi yang menguat ditunjukkan oleh pertumbuhan ekonomi sebesar 1,8% (qtq) pada Q3 2022 jika dibandingkan dengan Q2 2022 (BPS, 2022). Pertumbuhan ekonomi sebuah negara, terutama di negara berkembang, didukung oleh sektor Usaha Mikro Kecil Menengah (UMKM) yang memainkan peran penting dalam pertumbuhan ekonomi (Rosyidiana et al., 2020). Peran UMKM mencapai 99 persen dari keseluruhan bisnis. UMKM memberikan kontribusi 60,5 persen dari PDB. UMKM juga mampu menyerap tenaga kerja mencapai 96,9% dari total penyerapan tenaga kerja nasional.

UMKM di Bojonegoro umumnya merupakan usaha rumahan dan dikelola secara pribadi. Dalam menjalankan operasional sehari-hari, umumnya dibantu oleh 2 sampai 3 pegawai. Pemasaran telah dilaksanakan secara blended, baik offline maupun online. UMKM bertumbuh dan telah sukses melewati pandemi salah satunya melalui upaya digitalisasi (Rosyidiana et al., 2022, 2023). UMKM yang menjadi bagian dari Forum IKM Jawa Timur (FIJ) Cabang Bojonegoro juga berusaha untuk melakukan transformasi ke dalam lingkungan digital. Beranggotakan kurang lebih 100 pelaku UMKM, FIJ Bojonegoro berusaha merespon pandemi dengan memperluas saluran penjualan dan melaksanakan pemasaran secara daring untuk tetap mempertahankan arus kas masuk dari penjualan. Pelatihan dan pendampingan yang telah diterima sebelumnya sangat membantu dalam pemulihan paska pandemi. Pengelolaan berbasis digital telah diimplementasikan dengan cukup baik. Namun begitu pelaku usaha tetap perlu melakukan inovasi dan perbaikan terhadap strategi pengelolaan bisnis termasuk didalamnya strategi dalam pemasaran dan pengelolaan keuangan.

UMKM perlu mengembangkan strategi pemasaran yang dapat membedakan bisnis mereka dari pesaing. Strategi ini harus mampu membangun komunikasi yang efektif antara produsen dan pelanggan (Hardilawati, 2020). Salah satu kunci keberhasilan dalam program pemasaran perusahaan adalah promosi, yang mencakup berbagai elemen seperti periklanan, penjualan, hubungan masyarakat, publisitas, penjualan langsung, dan pemasaran digital (Kotler and Armstrong, 2018). Penggunaan media interaktif dalam bauran promosi dapat melibatkan eksploitasi media sosial sebagai sarana untuk

mempromosikan perusahaan kepada audiensnya. Media sosial seperti *Instagram*, *Whatsapp Business*, dan *Shopee* dapat digunakan sebagai salah satu saluran pemasaran yang termasuk dalam kategori hubungan masyarakat *online* (Chaffey, 2015; Hardilawati, 2020; Rumondang et al., 2020). *Awareness* konsumen terhadap produk maupun kegiatan usaha dapat juga menggunakan profil usaha. Secara prinsip, promosi merujuk pada bentuk komunikasi dalam konteks pemasaran. Komunikasi pemasaran adalah upaya yang dilakukan dalam kegiatan pemasaran untuk menyebarkan informasi, memengaruhi, meyakinkan, dan mengingatkan pasar target tentang perusahaan dan produknya, dengan tujuan agar mereka bersedia menerima dan tetap setia terhadap produk yang ditawarkan oleh perusahaan tersebut.

Profil usaha merupakan suatu aset yang dimiliki oleh lembaga atau perusahaan yang digunakan untuk memperbaiki citra perusahaan dan memfasilitasi kerja sama dengan mitra perusahaan, lembaga, dan instansi lainnya. Setiap perusahaan akan merinci deskripsi bisnisnya, menonjolkan keunggulan produknya, dan berbagai informasi lainnya yang akan disajikan dalam suatu profil usaha. Penyusunan profil usaha dapat memudahkan UMKM untuk mendapatkan akses kepada lembaga keuangan dan bank (Gustri et al., 2022). Karena permintaan akan keterampilan dalam penyusunan profil usaha semakin meningkat, hal ini mendorong pelaksana untuk menyelenggarakan pelatihan kepada anggota UMKM dengan tujuan untuk meningkatkan kemampuan mereka dalam menyusun profil usaha secara efektif dan optimal (Prihandini and Seba, 2021).

Pemilik usaha, selain memiliki profil usaha yang memiliki informasi yang cukup, juga perlu menganalisis kinerja keuangannya. Laporan keuangan merupakan landasan yang esensial untuk menggambarkan situasi finansial perusahaan serta untuk menilai kinerja finansialnya baik dalam sejarah maupun perkiraan masa depan. Laporan keuangan memiliki kapasitas untuk memberikan gambaran yang akurat tentang kesehatan finansial perusahaan, yang pada gilirannya memengaruhi pengambilan keputusan bisnis yang tepat (Management, 2002). Pemilik usaha perlu mengevaluasi tiga dimensi diantaranya likuiditas, solvabilitas dan profitabilitas (Warren et al., 2017). Analisis laporan keuangan adalah suatu evaluasi yang dilakukan dengan maksud mengenali perubahan dalam pola, jumlah, dan hubungan data keuangan, sambil juga menyelidiki penyebab di balik perubahan tersebut.

## METODE

Kegiatan pengabdian kepada masyarakat ini terbagi dalam tiga fase pokok, yang meliputi fase perencanaan, fase pelaksanaan, dan fase evaluasi. Fase perencanaan melibatkan beberapa aktivitas termasuk pemenuhan berbagai persyaratan administratif, evaluasi kegiatan yang telah terlaksana sebelumnya, analisis masalah bersama mitra, pengurusan izin, dan penyusunan materi yang akan diberikan kepada peserta pelatihan dan pendampingan. Gambar 1 menggambarkan alur dari kegiatan pengabdian kepada masyarakat. Fase perencanaan yang dimulai pada bulan Januari 2023 mencakup peninjauan daerah serta identifikasi masalah bersama mitra dengan pengurus FIJ Bojonegoro di IKM Mart Bojonegoro.



**Gambar 1.** Alur Pelaksanaan Kegiatan Pengabdian Kepada Masyarakat

Fase pelaksanaan melibatkan serangkaian kegiatan seperti ceramah, diskusi, dan pendampingan intensif mengenai analisis laporan keuangan serta penyusunan profil usaha untuk semua peserta. Kegiatan pelatihan dan pendampingan yang dilaksanakan pada 26 Agustus 2023 melibatkan 31 UMKM dibawah binaan FIJ Bojonegoro. Pihak yang terlibat dalam fase pelaksanaan mencakup dosen dan mahasiswa dari Fakultas Vokasi Universitas Airlangga, pengurus FIJ Bojonegoro, dan Pemerintah Kabupaten Bojonegoro. Kegiatan ini berlangsung di Gedung PIP (Pusat Informasi Publik) milik Pemerintah Kabupaten Bojonegoro. Hal ini menunjukkan dukungan dan apresiasi dari pihak Pemerintah Kabupaten Bojonegoro. Pemerintah daerah juga turut mendukung dalam hal promosi kegiatan melalui media masa.

Fase evaluasi memiliki tujuan untuk menilai pencapaian tujuan dari kegiatan tersebut. Evaluasi dilakukan melalui sejumlah metode seperti *pre-test* dan *post-test*, sesi tanya jawab yang dilakukan pada akhir setiap sesi pemberian materi, serta pengisian kuesioner evaluasi. Pada tahap evaluasi ini, tingkat efektivitas kegiatan diukur dengan tujuan untuk menilai sejauh mana kegiatan

mencapai hasil yang telah ditetapkan sebelumnya. Evaluasi perlu dilakukan untuk memberikan masukan dan menjaga keberlanjutan program.

## HASIL DAN PEMBAHASAN

### Fase Perencanaan

Sejumlah fokus permasalahan utama dari FIJ Cabang Bojonegoro mencakup (1) manajemen usaha dalam aspek analisis laporan keuangan, (2) pengaturan modal kerja dan mendapatkan keuntungan dari usaha, serta (3) optimalisasi pengelolaan produk. Masalah-masalah ini dapat digolongkan menjadi dua domain utama, yakni keuangan dan pemasaran. Beberapa tantangan yang dihadapi oleh anggota FIJ Bojonegoro dalam sektor keuangan mencakup: (1) kurangnya pemahaman dalam menginterpretasikan data yang terdapat dalam laporan keuangan dan (2) kekurangan keterampilan dalam mengelola modal kerja. Dalam rangka mengatasi permasalahan ini, kegiatan ini bertujuan untuk menyediakan pengetahuan yang dibutuhkan dalam domain keuangan. Saat ini, prioritas materi adalah terkait dengan kemampuan membuat keputusan bisnis melalui analisis laporan keuangan.

Analisis laporan keuangan memiliki peran yang penting sebagai alat utama dalam pengambilan keputusan bisnis yang cermat tidak bisa diabaikan. Laporan keuangan memiliki peran penting dalam mengukur kesehatan finansial bisnis, mengidentifikasi potensi masalah, dan mengelola risiko keuangan (Kieso et al., 2020). Selain itu, laporan keuangan yang akurat dan terperinci juga meningkatkan daya tarik bagi investor dan pemberi pinjaman internasional yang sering kali memerlukan data keuangan yang kuat sebelum mereka bersedia mendukung ekspansi bisnis UMKM ke pasar internasional. Oleh karena itu, analisis laporan keuangan memegang peran sentral dalam membantu UMKM merambah pasar internasional dan mencapai kesuksesan dalam lingkungan bisnis global yang penuh persaingan.

Permasalahan lainnya yang menjadi prioritas penyelesaian yaitu pemasaran. Pelaku usaha memiliki pemahaman minim terkait penyusunan profil usaha. Permasalahan ini dapat diselesaikan dengan penyampaian materi terkait *Creative Content dan Copywriting, Company Profile, Canva, Powerpoint, dan Business Canvas Modelling*. Namun begitu dari beberapa permasalahan yang paling dibutuhkan adalah terkait penyusunan profil usaha. Anggota FIJ Bojonegoro telah melakukan pemasaran digital dan beberapa anggota telah menjangkau pasar internasional. Namun banyak anggota yang belum mampu menyusun profil usaha.

Penyusunan profil usaha merupakan elemen yang sangat penting bagi UMKM yang ingin bersaing di tingkat internasional. Profil ini berperan sebagai citra dan identitas utama bisnis di pasar global. Profil usaha bukan sekadar representasi visual, melainkan juga merupakan alat penting untuk membangun merek yang dapat dipercaya dan menarik bagi investor dan mitra bisnis internasional. Tingkat kredibilitas dan kesan profesional yang disampaikan melalui profil usaha memiliki peran yang krusial dalam membedakan UMKM di dalam pasar global yang kompetitif.

### Fase Pelaksanaan

Fase pelaksanaan kegiatan mencakup serangkaian kegiatan pelatihan dan pendampingan yang diberikan kepada UMKM oleh para ahli di bidang keuangan dan pemasaran. Dalam konteks ini, materi keuangan disampaikan oleh dosen Fakultas Vokasi Universitas Airlangga dari Program Studi D3 Akuntansi. Sedangkan materi pemasaran disampaikan oleh dosen dari Program Studi D3 Manajemen Pemasaran.

Materi disampaikan dalam dua sesi. Sesi pertama, terlihat pada Gambar 2, fokus pada topik analisis laporan keuangan. Pengguna laporan keuangan dapat mengumpulkan informasi dengan memeriksa hubungan antar item dalam laporan dan mengidentifikasi tren dalam hubungan tersebut (Gibson, 2009). Hubungan tersebut dinyatakan secara numerik dalam rasio serta persentase, dan tren diidentifikasi melalui analisis komparatif. Analisis dapat mengidentifikasi ribuan kemungkinan hubungan dan tren. Namun hanya mengetahui cara menghitung rasio dan tren tanpa memahami bagaimana informasi tersebut dapat digunakan tidak akan berarti. Oleh karena itu, diperlukan pendekatan logis terhadap analisis laporan (Kieso et al., 2020). Analisis laporan keuangan dilakukan secara sederhana dan difokuskan pada laporan laba rugi. Salah satu laporan keuangan yang wajib disusun oleh UMKM adalah laporan laba rugi (Horváth and Szabó, 2019). Selain laporan laba rugi, UMKM juga perlu menyusun laporan posisi keuangan dan catatan atas laporan keuangan.



**Gambar 2.** Penyampaian Materi Oleh Pembicara

Pemahaman yang baik tentang pencatatan keuangan sesuai dengan Standar Akuntansi Keuangan untuk Entitas Mikro, Kecil, dan Menengah (SAK EMKM) sangat penting bagi pemilik usaha guna menyajikan informasi keuangan yang relevan dan dapat dipercaya (Bire et al., 2019). Informasi keuangan tersebut menjadi alat untuk mengevaluasi kinerja bisnis, membantu dalam pengambilan keputusan bisnis, dan memiliki signifikansi besar dalam menjaga kontinuitas usaha. Laporan laba-rugi berfungsi sebagai instrumen yang mempermudah pemilik usaha dalam menilai kinerja keuangan mereka (Kieso et al., 2020).

Sesi kedua membahas tentang penyusunan *company profile* yang baik. Penyusunan *company profile* sangat penting bagi pemilik usaha karena dapat menjadi alat yang efektif untuk mempromosikan bisnis mereka. *Company profile* dapat digunakan sebagai alat pemasaran yang kuat untuk menarik pelanggan potensial, mitra bisnis, dan investor. Dengan *company profile* yang baik, pemilik usaha dapat memberikan gambaran yang jelas tentang identitas dan nilai-nilai perusahaan mereka kepada pihak-pihak terkait, yang dapat meningkatkan kepercayaan dan keinginan untuk bekerja sama.

Penyusunan *company profile* juga membantu pemilik usaha dalam membangun citra profesional dan kepercayaan di mata pelanggan. Ketika sebuah perusahaan memiliki *company profile* yang rapi dan informatif, ini menunjukkan bahwa mereka serius dalam bisnisnya dan memiliki komitmen untuk memberikan kualitas. Selain itu, *company profile* dapat digunakan dalam proses pengajuan proposal kepada calon klien atau pihak-pihak yang membutuhkan layanan atau produk UMKM. Dengan demikian, penyusunan *company profile* membantu meningkatkan peluang bisnis dan pertumbuhan usaha.

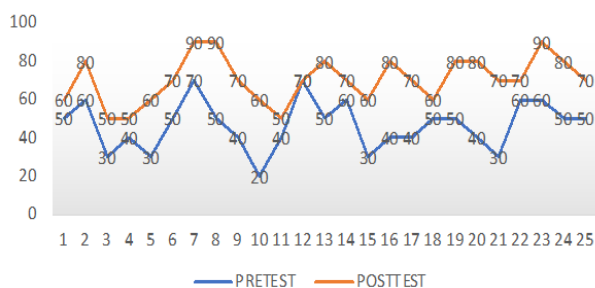


**Gambar 3.** Dokumentasi Kegiatan Pendampingan Analisis Laporan Keuangan dan Penyusunan Profil Usaha

Pemilik usaha perlu mengembangkan strategi pemasaran sebagai elemen yang membedakan bisnisnya dari pesaing lainnya. Strategi ini harus mampu membangun komunikasi yang efektif antara produsen dan pelanggan. Pemanfaatan media interaktif dalam bauran promosi dapat mencakup penggunaan media sosial sebagai alat untuk mempromosikan perusahaan kepada target pasar mereka. Pemanfaatan media sosial seperti *Instagram*, *Whatsapp Business*, dan *Shopee* sebagai salah satu saluran pemasaran juga dapat dikategorikan sebagai bentuk *online public relations* (Chaffey, 2015). Bentuk digitalisasi pemasaran ini dapat membantu dalam pengambilan keputusan (Anatan and Nur, 2023).

Kegiatan ini tidak hanya penyampaian materi, namun juga pendampingan praktik. Peserta diajak untuk praktik menyusun *company profile*. Peserta didampingi dalam penyusunan hingga selesai. Dokumentasi kegiatan pendampingan dapat dilihat pada Gambar 3.

Metode penyampaian berupa diskusi / *focus group discussions*, pendampingan intensif tentang penyusunan *company profile* pada aplikasi *Canva*. Pelatihan ini meningkatkan pengetahuan dan keterampilan pemasaran produk UMKM, kewirausahaan, dan manajerial bisnis. Pada kegiatan ini juga dipilih 2 orang peserta yang teraktif pada sesi penyampaian materi, 3 orang peserta dengan hasil *post-test* terbaik dan 5 peserta yang memiliki *company profile* terbaik. Para pemenang mendapatkan *doorprize*.



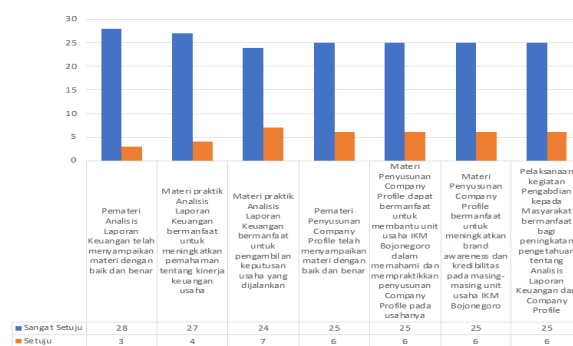
Gambar 4. Hasil Pre-test dan Post-test Peserta

### Fase Evaluasi

Peserta menunjukkan antusiasme yang tinggi dan aktif dalam mengajukan pertanyaan selama pelaksanaan kegiatan. Tingkat pemahaman peserta dinilai melalui *pre-test* dan *post-test*. Gambar 4 memperlihatkan hasil evaluasi kegiatan. Peserta juga melaksanakan penilaian terhadap kegiatan pengabdian kepada masyarakat ini. Keseluruhan peserta, secara umum, sepakat bahwa kegiatan ini memberikan manfaat dalam membantu

mereka memahami dan menerapkan penyusunan laporan laba-rugi. Gambar 5 juga menunjukkan bahwa pemateri telah menyampaikan materi dengan baik. Keseluruhan, peserta sangat setuju bahwa kegiatan ini berkontribusi positif terhadap peningkatan kemampuan manajemen usaha, pengetahuan, dan keterampilan terkait analisis laporan keuangan dan penyusunan profil perusahaan.

Seluruh rangkaian kegiatan diberitakan pada beberapa media massa (Arifin, 2023; Newsroom, 2023; Redaksi, 2023; Redaktur, 2023). Pemerintah Kabupaten Bojonegoro sangat mengapresiasi kerjasama yang telah berjalan, dan apresiasi ini ditunjukkan juga dalam bentuk dukungan pemberitaan kegiatan serta penyediaan ruang serta fasilitasnya.



Gambar 5. Hasil Evaluasi Kegiatan Pengabdian Kepada Masyarakat

### KESIMPULAN DAN SARAN

Analisis laporan keuangan dan penyusunan profil usaha adalah dua aspek yang sangat penting bagi UMKM yang ingin bergerak menuju pasar global. Pentingnya dua elemen ini tidak bisa diabaikan karena mereka menjadi landasan yang kuat untuk pengambilan keputusan bisnis yang tepat dan strategis. Analisis laporan keuangan memberikan pandangan mendalam tentang kinerja usaha, membantu pengambilan keputusan, dan meningkatkan akses ke sumber daya finansial. Sementara itu, penyusunan profil usaha menciptakan citra profesional yang memungkinkan persaingan di tingkat global. Dengan kombinasi dua elemen ini, UMKM dapat merencanakan ekspansi internasional, meningkatkan daya saing, dan mencapai pertumbuhan yang berkelanjutan di panggung global yang penuh dengan peluang dan tantangan.

Kegiatan bersama FIJ Bojonegoro telah berjalan selama tiga tahun dengan topik yang berbeda sesuai kebutuhan. Evaluasi berkala dari dampak kegiatan ini perlu dilakukan untuk mengukur kemajuan yang telah dicapai oleh

UMKM setelah mengikuti kegiatan. Hasil evaluasi ini digunakan untuk peningkatan berkelanjutan dan penyesuaian program sesuai dengan kebutuhan yang berkembang. Dengan demikian, kegiatan ini dapat membantu UMKM dalam meraih keberhasilan bisnis, dan berkontribusi pada pertumbuhan ekonomi lokal.

## UCAPAN TERIMA KASIH

Penulis mengucapkan terima kasih kepada Universitas Airlangga atas pembiayaan kegiatan. Ucapan terima kasih juga disampaikan kepada anggota dan pengurus FIJ Cabang Bojonegoro yang telah bersedia menjadi mitra pada kegiatan ini. Selain itu, ucapan terima kasih disampaikan kepada Pemerintah Kabupaten Bojonegoro yang telah memberikan dukungan berupa penyediaan fasilitas ruangan dan pemberitaan. "Penulis menyatakan tidak ada konflik kepentingan dengan pihak-pihak yang terkait dalam kegiatan ini".

## DAFTAR PUSTAKA

- Anatan, L., Nur, 2023. Micro, Small, and Medium Enterprises' Readiness for Digital Transformation in Indonesia. *Economies* Vol. 11(6), Pp. 1-21.
- Arifin, Z., 2023. Pemkab Gandeng Fakultas Vokasi Unair Bantu Pasarkan Produk IKM Bojonegoro Go International. *B-news.id - Berita Peristiwa Hari Ini*. URL <https://b-news.id/baca-4436-pemkab-gandeng-fakultas-vokasi-unair-bantu-pasarkan-produk-ikm-bojonegoro-go-international-> (accessed 4.29.24).
- Bire, A.R., Sauw, H.M., Maria, 2019. The Effect of Financial Literacy towards Financial Inclusion through Financial Training. *International Journal of Social Sciences and Humanities* Vol. 3(1), Pp. 186-192. <https://doi.org/10.29332/ijssh.v3n1.280>
- BPS, 2022. Ekonomi Indonesia Triwulan IV 2021 Tumbuh 5,02 Persen (y-on-y). Badan Pusat Statistik. URL <https://www.bps.go.id/id/pressrelease/2022/02/07/1911/ekonomi-indonesia-triwulan-iv-2021-tumbuh-5-02-persen-y-on-y.html> (accessed 4.29.24).
- Chaffey, D., 2015. *Digital Business and E-Commerce Management: Strategy, Implementation and Practice* Sixth Edition. Pearson Education Limited Edinburgh Gate Harlow CM20 2JE United Kingdom.
- Gibson, C.H., 2009. *Financial Reporting & Analysis Using Financial Accounting Information*, 11th ed. ed. South-Western Cengage Learning, Mason, OH, USA.
- Gustri, G., Harunurasyid, Imelda, Subardin, M., Teguh, M., 2022. Pelatihan Penyusunan Profil Usaha dan Proposal Pembiayaan Bagi UMKM. *Jurnal Abdimas Adpi Sosial dan Humaniora* Vol. 3(1), Pp. 220-225. <https://doi.org/10.47841/jsoshum.v3i1.87>
- Hardilawati, W.L., 2020. Strategi Bertahan UMKM di Tengah Pandemi Covid-19. *Jurnal Akuntansi dan Ekonomika* Vol. 10(1), Pp. 89-98. <https://doi.org/10.37859/jae.v10i1.1934>
- Horváth, D., Szabó, R.Zs., 2019. Driving Forces and Barriers of Industry 4.0: Do Multinational and Small and Medium-sized Companies have Equal Opportunities? *Technological Forecasting and Social Change* Vol. 146, Pp. 119-132. <https://doi.org/10.1016/j.techfore.2019.05.021>
- Kieso, D.E., Weygandt, J.J., Warfield, T.D., 2020. *Intermediate Accounting: IFRS Edition* 4th ed, 4th ed. ed. John Wiley & Sons.
- Kotler, P., Armstrong, G., 2018. *Principles of Marketing*, Seventeenth edition. ed. Pearson Education, Hoboken.
- Management, I. of L.&, 2002. *Understanding Finance*, 4th Edition. ed. Routledge, London. <https://doi.org/10.4324/9780080521626>
- Newsroom, 2023. Pemkab Bojonegoro Kolaborasi Tingkatkan Daya Saing UMKM Lokal. Dinas Komunikasi dan Informatika Provinsi Jawa Timur. URL <https://kominfo.jatimprov.go.id/berita/pemkab-bojonegoro-kolaborasi-tingkatkan-daya-saing-umkm-lokal> (accessed 4.29.24).
- Prihandini, A., Seba, N., 2021. Penyusunan Company Profile bagi UMKM. Webinar ABDIMAS 4 Pp. 1855-1861. <https://doi.org/10.18196/ppm.44.708>
- Redaksi, 2023. Pemkab Bojonegoro dan Fakultas Vokasi Unair Dukung UMKM Bojonegoro Menuju Pasar Internasional. *Teras Bojonegoro.com*. URL <https://terasbojonegoro.com/2023/08/26/pemkab-bojonegoro-dan-fakultas-vokasi-unair-dukung-umkm-bojonegoro-menuju-pasar-internasional/> (accessed 4.29.24).

- Redaktur, 2023. Pemkab Bojonegoro dan Fakultas Vokasi Unair Dukung IKM Menuju Pasar Internasional. Lensa Nusantara. URL <https://lensanusantara.co.id/2023/08/26/pemkab-bojonegoro-dan-fakultas-vokasi-unair-dukung-ikm-menuju-pasar-internasional/> (accessed 4.29.24).
- Rosyidiana, R.N., Eriani, I.D., Sianto, A.T.S., 2020. Usaha Mikro Kecil dan Menengah di Tengah Pandemi Covid 19 : Sebuah Analisis Bibliometrik. Seminar Nasional Akuntansi (Sena) III Universitas Pamulang Pp. 392-400.
- Rosyidiana, R.N., Ervianty, R.M., Firmandani, W., Linduwati, M., Margaretha, C.C., 2023. Digitalization of MSMEs: Implementation of Product Detail Pages and Digital Financial Management on MSMEs in Bojonegoro. *Jurnal Layanan Masyarakat (Journal of Public Services)* Vol. 7(1), Pp. 1-12. <https://doi.org/10.20473/jlm.v7i1.2023.1-12>
- Rosyidiana, R.N., Ervianty, R.M., Nurul, M., Linduwati, P.M., Rini, I.N.A., Rahmawati, L.A., 2022. Digitalization in Financial Reporting and Marketing on Micro, Small and Medium Enterprises as A Strategy for Economic Recovery in The Pandemic Period. *Darmabakti Cendekia: Journal of Community Service and Engagements* Vol. 4(1), Pp. 16-22. <https://doi.org/10.20473/dc.V4.I1.2022.16-22>
- Rumondang, A., Sudirman, A., Sitorus, S., Kusuma, A.H.P., Manuhutu, M., Sudarso, A., Simarmata, J., Hasdiana, D., Tasnim, Arif, N.F., 2020. Pemasaran Digital dan Perilaku Konsumen. Yayasan Kita Menulis.
- Warren, C.S., Reeve, J.M., Duchac, J., 2017. *Accounting*, 27th Edition. ed. Cengage Learning, Boston, MA, USA