

## **Pengenalan Standar Akuntansi Keuangan Entitas Mikro Kecil dan Menengah (SAK-EMKM) pada UMKM Snack Nila Garing Kabupaten Sukabumi**

Annisa Julia Sari<sup>1</sup>, Dwi Anggraini<sup>2</sup>, Ikraam<sup>3</sup>, Mauliza Vestyka Hakim<sup>4</sup>,  
Maya Dini<sup>5\*</sup>, M. Vemas Amantra<sup>6</sup>  
Universitas IBA, Palembang, Indonesia<sup>1,2,3,4,5,6</sup>  
*mayadini@iba.ac.id*<sup>\*</sup>

### **Abstrak**

Penelitian ini bertujuan untuk mengenalkan dan menganalisis penerapan Standar Akuntansi Keuangan Entitas Mikro, Kecil, dan Menengah (SAK-EMKM) pada UMKM Snack Nila Garing di Kabupaten Sukabumi. Fokus penelitian adalah mengidentifikasi praktik pencatatan keuangan yang diterapkan serta mengevaluasi bagaimana SAK-EMKM dapat meningkatkan kualitas pelaporan keuangan. Metode penelitian yang digunakan adalah kualitatif deskriptif, dengan teknik pengumpulan data melalui wawancara, observasi, dan studi dokumentasi. Hasil penelitian menunjukkan bahwa UMKM Snack Nila Garing masih menggunakan pencatatan sederhana dan belum sepenuhnya sesuai dengan SAK-EMKM. Dengan laporan keuangan yang sesuai standar, UMKM dapat lebih mudah mengajukan pinjaman atau pendanaan dari bank dan lembaga keuangan lainnya, karena informasi keuangan yang disajikan lebih jelas dan dapat dipercaya. Implementasi SAK-EMKM juga memungkinkan pemilik usaha untuk melakukan analisis kinerja keuangan secara lebih terstruktur, sehingga dapat mengambil keputusan bisnis yang lebih tepat, seperti strategi pengelolaan biaya, penentuan harga jual, dan pengalokasian sumber daya yang lebih efisien. Kendala utama yang dihadapi meliputi minimnya pemahaman akuntansi, keterbatasan sumber daya manusia, dan kurangnya sosialisasi standar ini. Penerapan SAK-EMKM diharapkan dapat meningkatkan transparansi keuangan, akuntabilitas, dan akses pembiayaan, sehingga mendukung keberlanjutan usaha. Sebagai rekomendasi, diperlukan pelatihan akuntansi, pendampingan tenaga ahli, serta penggunaan software akuntansi sederhana untuk memudahkan implementasi standar ini. Dengan penerapan SAK-EMKM, UMKM dapat meningkatkan pengelolaan keuangan, daya saing, serta pertumbuhan bisnis yang lebih berkelanjutan.

**Kata Kunci:** SAK-EMKM, Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah (UMKM), Transparansi Keuangan, Kabupaten Sukabumi, Praktik Akuntansi.

### **Abstract**

*This research aims to introduce and analyze the application of Financial Accounting Standards for Micro, Small, and Medium Entities (SAK-EMKM) in Garing Tilapia Snack MSMEs in Sukabumi Regency. The study focuses on identifying current financial recording practices and evaluating how SAK-EMKM can improve financial reporting quality. A qualitative descriptive method was used, with data collected through interviews, observations, and documentation studies. The results show that Garing Tilapia Snack MSMEs still use simple financial records that are not fully compliant with SAK-EMKM. Standardized financial reports enable MSMEs*

*to secure funding more easily by providing clear and accurate financial information. Implementing SAK-EMKM also allows business owners to analyze financial performance more effectively, supporting cost management, pricing strategies, and resource allocation. Key challenges include limited accounting knowledge, lack of skilled personnel, and low awareness of SAK-EMKM. To address this, accounting training, expert assistance, and the use of simple accounting software are recommended. Proper implementation of SAK-EMKM is expected to enhance financial transparency, accountability, and access to financing, ensuring better financial management, competitiveness, and sustainable business growth*

**Keywords:** *SAK-EMKM, Micro, Small, and Medium Enterprises (MSME), Financial Transparency, Sukabumi Regency, Accounting Practices*

---

## **PENDAHULUAN**

UMKM di Indonesia memainkan peran krusial dalam mendorong pertumbuhan ekonomi nasional. Berdasarkan data KADIN Indonesia (2024), sektor ini mencakup 99% dari total unit usaha, menjadikannya tulang punggung ekonomi negara. Pada tahun 2023, jumlah pelaku UMKM tercatat mencapai 66 juta, menunjukkan pertumbuhan yang signifikan dalam sektor ini. Kontribusi UMKM terhadap Pendapatan Domestik Bruto (PDB) Indonesia juga sangat besar, yaitu 61% dari total PDB, atau setara dengan Rp9.580 triliun. Selain itu, UMKM memiliki peran penting dalam menciptakan lapangan kerja, dengan menyerap sekitar 117 juta tenaga kerja, yang mencakup 97% dari total pekerja di Indonesia.

Dengan dominasi yang begitu besar dalam perekonomian nasional, penguatan sektor UMKM menjadi prioritas utama dalam kebijakan ekonomi. Dukungan dalam bentuk pendanaan, pelatihan manajerial, serta penerapan standar keuangan yang baik sangat diperlukan agar UMKM dapat terus berkembang, meningkatkan daya saing, dan berkontribusi lebih besar terhadap pertumbuhan ekonomi yang berkelanjutan. Menurut UU No.20 Tahun 2008 menyebutkan bahwa UMKM didefinisikan sebagai suatu usaha yang memiliki kemampuan untuk menyediakan pekerjaan yang tersedia dan juga memberikan layanan ekonomi bagi usaha dan masyarakat secara luas. UMKM bertujuan untuk menumbuhkan dan mengembangkan usahanya guna mendukung pembangunan perekonomian nasional yang berlandaskan prinsip demokrasi ekonomi yang adil, (Aftitah, K, Hasanah, & M, 2025).

Dilansir dari (DISKUK JABAR, 2024) Provinsi Jawa Barat memiliki sekitar 4,63 juta unit UMKM, yang mayoritasnya merupakan usaha mikro sebesar 85,02%, diikuti oleh usaha kecil sebanyak 13,60%, dan usaha menengah besar sebesar 1,38%. Pemilik UMKM menghadapi berbagai kendala, antara lain dalam pemasaran produk sebanyak 51,2%, akses permodalan sebesar 46,3%, persediaan bahan baku sebesar 46,3%, dan adopsi teknologi digital sebesar 30,9%, (Mawarsari, 2023) dalam (Hasibuan & Marliyah, 2024).

Akuntansi memiliki peran penting dalam mendukung pengelolaan keuangan yang efisien pada UMKM. Menurut (Halpiah & Putra, 2022) Banyak pelaku UKM/UMKM yang belum mengadopsi akuntansi, padahal akuntansi memiliki peran penting untuk mendukung kelangsungan usaha UKM/UMKM. Oleh karena itu, penting untuk mengimplementasikan akuntansi sebagai strategi bisnis agar usaha tersebut dapat berkembang dan meningkatkan

asetnya. Salah satunya dengan cara membuat laporan keuangan berdasarkan SAK-EMKM.

Mengingat betapa pentingnya penerapan standar akuntansi untuk UMKM, IAI sebagai organisasi profesi dan badan penyusun Standar Akuntansi Keuangan (SAK), melalui Dewan Standar Akuntansi Indonesia (DSAK), menyusun standar akuntansi yang disesuaikan dengan karakteristik UMKM, (Mustika & Ferdila, 2022). Tetapi pada kenyataannya masih banyak UMKM yang belum menetapkan standar tersebut. Tetapi pada kenyataannya masih banyak UMKM yang belum menerapkan standar tersebut. Menurut (Sholihat & Hairudin, 2021) Beberapa penelitian sebelumnya menunjukkan bahwa masih banyak UMKM yang belum siap untuk menerapkan Standar Akuntansi Keuangan EMKM yang diterbitkan oleh Ikatan Akuntansi Indonesia pada tahun 2016.

Salah satu faktor utama yang menjadi penyebabnya adalah kualitas Sumber Daya Manusia yang mengelola usaha tersebut. Banyak hal yang belum mereka ketahui terkait cara menjalankan usaha dengan baik dan benar, (Sholihat & Hairudin, 2021). Laporan keuangan lengkap sesuai SAK EMKM yaitu jika menyajikan minimal dua periode laporan keuangan yang disyaratkan di bawah ini; Laporan Posisi Keuangan, Laporan Laba Rugi, Catatan Atas Laporan Keuangan, (Nabilah, 2023). UMKM *Snack Nila Garing* di Jawa Barat merupakan salah satu UMKM yang belum menerapkan SAK EMKM secara optimal, padahal UMKM tersebut mempunyai potensi pasar yang baik. Pelaku UMKM masih banyak yang belum menerapkan SAK EMKM bisa dikarenakan kurangnya sosialisasi, tingkat pendidikan yang rendah, dan lain sebagainya, (Nabilah, 2023).

### **Profil Singkat *Snack Nila Garing* Kabupaten Sukabumi**

Salah satu UMKM yang berkembang di kota Sukabumi adalah UMKM *Baby Fish*, yang didirikan pada tahun 2020 oleh Bapak Yudi Setiadi. Terletak di Desa Babakan Panjang, Kecamatan Nagrak, Kabupaten Sukabumi, Jawa Barat. *Snack Baby Fish* nila garing fokus pada pengolahan bayi ikan Nila dan menjadi *snack* nila garing dan dendeng Nila Asin, produk olahan ikan nila yang digemari masyarakat.

Usaha *Snack Nila Garing* didirikan oleh Bapak Yudi setelah ia memutuskan untuk berhenti bekerja di kapal pesiar Amerika Serikat sebagai seorang *waiters*. Keputusan tersebut diambil seiring dengan merebaknya pandemi Covid-19 pada waktu itu. Dengan adanya situasi yang penuh ketidakpastian tersebut, Bapak Yudi mencari peluang baru untuk berwirausaha dan akhirnya memilih untuk mengembangkan usaha kuliner. Keputusan ini tidak hanya sebagai langkah adaptasi terhadap perubahan situasi, tetapi juga sebagai upaya untuk mendukung perekonomian keluarga.

Akibat pandemi Covid-19 yang mengharuskan penerapan *social distancing* dan pembatasan aktivitas fisik, Bapak Yudi menghadapi tantangan besar dalam memasarkan produk UMKM *Baby Fish*. Dengan terbatasnya interaksi tatap muka dan perubahan pola konsumsi masyarakat, Bapak Yudi memutuskan untuk beradaptasi dengan mengalihkan strategi pemasaran ke platform digital. Keputusan tersebut kemudian diarahkan untuk memanfaatkan media sosial sebagai sarana utama untuk menjangkau konsumen.

Melalui *Facebook*, *WhatsApp*, dan *Instagram*, Bapak Yudi mulai memasarkan produk *snack* Nila Garing dan Dendeng Nila Asin. Penggunaan *platform-platform* ini memungkinkan

*Baby Fish* untuk tetap terhubung dengan pelanggan meskipun ada pembatasan sosial. Selain itu, media sosial memberikan kemudahan bagi konsumen untuk mengetahui produk, melakukan pemesanan, serta melakukan komunikasi secara langsung dengan pemilik usaha.

Langkah ini terbukti efektif dalam menjaga kelangsungan usaha *Baby Fish* selama pandemi, bahkan memperluas pasar dengan menarik minat konsumen dari luar kota Sukabumi. Dalam waktu singkat, UMKM ini mendapatkan perhatian dari berbagai kalangan, karena kehadiran mereka di dunia maya memberikan akses mudah bagi pelanggan untuk membeli produk tanpa harus datang langsung ke tempat usaha. Bahkan mantan Gubernur Jawa Barat yakni, Bapak Ridwan Kamil menjadi salah satu pelanggan setia dari *Snack Nila Garing* ini.

Bapak Yudi, sebagai pemilik usaha *Baby Fish* Nila garing pernah mencoba memasarkan produknya secara *offline* dengan menitipkan dagangan ke beberapa *outlet* di daerah Sukabumi. Hal ini dilakukan untuk memperkenalkan produk *snack* Nila Garing dan Dendeng Nila Asin kepada konsumen yang lebih luas dan mendapatkan lebih banyak pelanggan. Namun, dalam perjalanan usaha tersebut, Bapak Yudi menghadapi beberapa kendala. Salah satu tantangan utama adalah jarak yang cukup jauh antara rumahnya dengan outlet-outlet tempat dia menitipkan produk. Proses pengiriman barang ke *outlet* memakan waktu yang cukup lama dan membutuhkan banyak tenaga. Selain itu, biaya transportasi dan tenaga yang diperlukan untuk menjaga pasokan barang tetap tersedia di *outlet-outlet* juga cukup besar.

Setelah mempertimbangkan berbagai faktor, Bapak Yudi memutuskan untuk menghentikan sistem penjualan *offline* tersebut dan beralih ke pemasaran *online*. Keputusan ini diambil karena pemasaran secara online lebih praktis, efisien, dan terjangkau, serta memberikan akses yang lebih luas kepada konsumen untuk membeli produk tanpa harus bertatap muka langsung. Penggunaan platform media sosial seperti *Facebook*, *WhatsApp*, dan *Instagram* memungkinkan Bapak Yudi untuk lebih fleksibel dalam mengelola penjualan, mengurangi biaya operasional, dan meminimalkan waktu serta tenaga yang dibutuhkan dalam menjual produk.

## **METODE**

Rencana untuk melaksanakan kegiatan KKL ini telah diagendakan sejak awal semester ganjil baru pada bulan September tahun 2024. Kemudian kegiatan ini direalisasikan pada tanggal 12 November tahun 2024. Tujuan dilaksanakannya kegiatan ini adalah untuk memberikan pengalaman praktis kepada mahasiswa dalam menerapkan teori yang telah dipelajari di kelas ke dalam situasi dunia nyata.

Selanjutnya di tanggal 13 November tahun 2024, dilakukan kunjungan ke UMKM *Baby Fish* Nila Garing guna melakukan wawancara untuk menggali ilmu dan menambah wawasan seputar kewirausahaan dan bagaimana penerapan SAK EMKM di UMKM tersebut



Gambar 1. Foto Bersama Pemilik *Snack Baby Fish* Nila Garing

Dalam kunjungan ke UMKM *Snack Baby Fish* Nila Garing dibuka dengan sambutan dari Bapak Aam Abdul Salam selaku Ketua DPC APMIKIMMDO Sukabumi. Kemudian dilanjutkan dengan kata sambutan dari pihak Universitas IBA Palembang yang dalam hal ini diwakili oleh Bapak Pandriadi, S.E.,M.Si. Setelah itu kegiatan dilanjutkan dengan mengenalkan SAK EMKM yang dilakukan oleh Bapak dan Ibu Dosen dari Universitas IBA Palembang, dibantu serta oleh Mahasiswa/i nya.

#### **Profil Singkat Fakultas Ekonomi Universitas IBA Palembang**

Universitas IBA atau UIBA merupakan perguruan tinggi swasta di Sumatera Selatan yang ada di bawah naungan Yayasan IBA Palembang. Fakultas Ekonomi Universitas IBA Palembang menawarkan dua program studi sarjana (S1): Akuntansi dan Manajemen. Program studi Manajemen telah berdiri sejak tahun 1987 dan terus berkomitmen untuk menyediakan pendidikan berkualitas di bidang manajemen bisnis.

Fakultas Ekonomi memiliki jurnal ilmiah bernama “JEMASI: Jurnal Ekonomi, Manajemen, dan Akuntansi” yang terakreditasi Sinta 4. Jurnal ini menjadi wadah bagi penelitian dan publikasi ilmiah di bidang ekonomi, manajemen, dan akuntansi. Pada saat ini lokasi gedung Universitas IBA tersebut memiliki alamat di Jalan Mayor Ruslan, 9 Ilir, Ilir Timur II, 9 Ilir, Ilir Tim. II, Kota Palembang, Sumatera Selatan.

## **HASIL DAN PEMBAHASAN**

### **Hasil**

Kegiatan kuliah kerja lapangan (KKL) dilaksanakan selama satu hari pada tanggal 13 November 2024. Bertempat di Desa Babakan Panjang, Kecamatan Nagrak, Kabupaten Sukabumi, Jawa Barat. UMKM tersebut bergerak di bidang pengolahan kuliner *Snack Nila Garing* dan juga dendeng Nila Asin.

Adapun materi selama kegiatan KKL di UMKM *Baby Fish* antara lain:

#### **1. Pendirian Usaha**

Awal berdirinya UMKM *Baby Fish* dimulai dari tahun 2020 silam. Berawal dari keadaan mendesak akibat Covid-19, yang mengakibatkan owner berhenti dari pekerjaan sebelumnya, yakni pelayan di salah satu kapal layar. Kemudian *owner* mendapatkan saran dari orang-orang terdekatnya untuk membuat suatu usaha yang tidak terlalu memerlukan



*skill* khusus.

## 2. Proses Produksi

Produk diproduksi secara manual dengan memanfaatkan alat-alat sederhana. Proses dimulai dengan pembersihan ikan secara teliti untuk memastikan kebersihan dan kualitas bahan baku. Setelah itu, ikan diberi bumbu antara lain; garam, kunyit, bawang, dan juga ketumbar yang diracik sendiri. Proses selanjutnya adalah penjemuran yang dilakukan di bawah sinar matahari agar ikan benar-benar kering sebelum digoreng.

Untukantisipasi apabila sedang musim hujan, Owner akan menggunakan oven untuk membantu proses pengeringan. Untuk menghilangkan minyak berlebih setelah proses penggorengan, digunakan oil spinner yang dirancang dan dibuat sendiri oleh pemilik usaha sebagai solusi kreatif untuk efisiensi biaya. Hingga tahap akhir, yaitu pengemasan, semua dilakukan secara manual dengan kehati-hatian dan juga tetap memperhatikan aspek kebersihan untuk memastikan produk tetap higienis



Gambar 2. Ikan yang Siap Untuk Proses *Packing*

Owner membeli *baby fish* nila sebanyak 15-20 kilogram perhari dari agen ikan nila. Setelah itu, ikan nila tersebut diproses melalui serangkaian tahapan produksi yang sudah dijelaskan pada paragraf sebelumnya. Proses ini menghasilkan perbandingan produk akhir sekitar 1 kilogram ikan dari setiap 5 kilogram bahan baku yakni, ikan basah. *Snack baby fish* dan dendeng yang sudah jadi dibandrol dengan harga mulai dari 20 ribu per 50 gram.



Gambar 3. Ikan yang Telah Melalui Proses *Packing* dan Siap Untuk Dipasarkan

## 0. Pemasaran Produk

Pemasaran produk dilakukan secara online dengan memanfaatkan berbagai platform media sosial sebagai sarana promosi utama. Melalui strategi pemasaran lewat media sosial, Owner berhasil menjangkau pasar yang luas, tidak hanya di hampir seluruh wilayah Indonesia tetapi juga hingga ke pasar internasional, seperti Dubai dan Hongkong.

## PEMBAHASAN

Adapun pembahasan yang didapatkan dari kegiatan KKL di UMKM *Baby Fish*, yaitu:

### 1. Apa Saja Kendala yang Dihadapi Oleh Pemilik UMKM *Snack Baby Fish*?

Dari hasil wawancara dengan owner UMKM *Baby Fish* diketahui terdapat kendala yang dihadapi. Pertama-tama ketersediaan bahan baku. Ikan nila sendiri sebenarnya belum banyak dibudidayakan di lokasi tempat berdirinya UMKM tersebut. Oleh karena itu, Owner harus menempuh jarak dengan waktu tempuh kurang lebih 2 (dua) jam untuk membeli *baby fish* nila dari agen langganannya. Kemudian kendala sumber daya manusia. Dikarenakan usaha tersebut tidak memiliki tenaga kerja yang tetap maka hal tersebut menjadi salah satu kendala juga. Kemudian keterbatasan modal, dan alat produksi. Pemilik menggunakan alat yang masih manual, yang menyebabkan kapasitas produksi terbatas.

Kemudian terdapat kendala lain yakni berupa keterbatasan akses dalam mendapatkan modal karena diharuskan menyajikan minimal 2 (dua) laporan keuangan yang sesuai dengan SAK-EMKM, yakni Laporan Posisi Keuangan dan Laba Rugi. Pemilik juga belum mampu membuat laporan keuangan dikarenakan keterbatasan sumber daya manusia dan juga pengetahuan tentang pencatatan keuangan yang sesuai dengan standar yang berlaku.

### 2. Bagaimana Cara Menentukan Harga Jual Pada UMKM *Snack Baby Fish*?

Dalam menentukan harga jual produk, owner UMKM *Baby Fish* mempertimbangkan secara cermat berbagai beban yang dikeluarkan selama proses produksi. Meliputi beban transportasi untuk pengadaan bahan baku, tenaga kerja langsung yang terlibat dalam setiap tahap produksi, biaya iklan yang dikeluarkan untuk promosi melalui media sosial, serta harga bahan baku itu sendiri. Dengan mempertimbangkan segala beban yang dikeluarkan, *Owner* menetapkan harga jual yang sedikit lebih tinggi dibandingkan pesaing. Keputusan ini diambil untuk memastikan usaha tetap memperoleh keuntungan.

### 3. Bagaimana Strategi Pemasaran Pada UMKM *Snack Baby Fish*?

Owner UMKM *Baby Fish* nila garing menerapkan strategi pemasaran modern dengan memanfaatkan berbagai *platform* media sosial sebagai sarana promosi utama. Salah satu langkah efektif yang dilakukan adalah menggunakan layanan iklan berbayar di *Facebook* untuk menjangkau target pasar yang lebih luas. Strategi ini memungkinkan produk *Baby Fish* tidak hanya dikenal dan dijual hampir di seluruh wilayah Indonesia, tetapi juga berhasil dijual di luar Indonesia, seperti Dubai dan Hongkong.

## KESIMPULAN DAN SARAN

### Kesimpulan

Kegiatan Kuliah Kerja Lapangan (KKL) yang dilaksanakan pada 13 November 2024 di Desa Babakan Panjang, Kecamatan Nagrak, Kabupaten Sukabumi, memberikan wawasan

tentang pengelolaan UMKM *Snack Baby Fish*. UMKM ini bergerak di bidang pengolahan produk kuliner seperti Snack Nila Garing dan Dendeng Nila Asin, yang diproduksi secara manual dengan memanfaatkan alat sederhana.

Meskipun UMKM *Baby Fish* memiliki beberapa kendala operasional, strategi pemasaran digital yang inovatif memberikan peluang besar bagi mereka untuk memperluas pasar dan meningkatkan daya saing. Secara keseluruhan, kegiatan ini memberikan gambaran seputar tantangan dan strategi yang dihadapi oleh UMKM dalam mempertahankan kelangsungan usaha sekaligus meningkatkan daya saingnya. Diharapkan, pengenalan SAK-EMKM dapat membantu UMKM *Baby Fish* mengatasi kendala mereka dan terus berkembang di masa depan

### **Saran**

Hendaknya *Owner* UMKM mengupayakan pengadaan alat produksi yang lebih *modern* untuk meningkatkan efisiensi dan kapasitas. Akan jauh lebih baik lagi apabila *Owner* dapat menerapkan SAK-EMKM dalam pencatatan keuangan mereka. Kemudian saran lainnya *Owner* dapat mengembangkan konten promosi yang menarik, seperti video pembuatan produk atau testimoni pelanggan, untuk meningkatkan kepercayaan dan daya tarik.

### **UCAPAN TERIMA KASIH**

Kami mengucapkan terima kasih kepada UMKM Snack Nila Garing di Kabupaten Sukabumi yang telah bersedia menjadi objek penelitian ini. Terima kasih juga kami sampaikan kepada seluruh narasumber, responden, dan pihak terkait yang telah memberikan data, informasi, serta dukungan dalam proses penelitian ini.

Kami juga mengapresiasi Tim PKM Fakultas Ekonomi Universitas IBA, yang telah membantu dalam penyusunan penelitian ini. Ucapan terima kasih khusus disampaikan kepada rekan-rekan peneliti dan tim akademik, yang turut serta dalam pengumpulan dan analisis data.

Selain itu, kami menghargai dukungan dari Universitas IBA, yang telah memfasilitasi penelitian ini. Semoga hasil penelitian ini dapat memberikan manfaat bagi UMKM dalam meningkatkan kualitas pelaporan keuangan dan mendukung pertumbuhan bisnis yang lebih berkelanjutan.

### **REFERENSI**

Aftitah, F. N., K, J. L., Hasanah, K., & M, N. L. (2025). Pengaruh UMKM Terhadap Pertumbuhan Ekonomi Di Indonesia Pada Tahun 2023. *JKPIM: Jurnal Kajian dan Penalaran Ilmu Manajemen*, Vol. 3, No.1.

DISKUK JABAR. (2024). *DISKUK JABAR*. Retrieved from DISKUK JABAR: <https://diskuk.jabarprov.go.id/berita-diskuk-jabar/opening-ceremony-umkm-naik-kelas-2024-kota-sukabumi>

Efriyenty, D. (2020). Analisis Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Penggunaan Informasi



Akuntansi Pada UMKM Kota Batam. *Jurnal Bisnis Terapan*, 4 (1), 69-82.

Halpiah, & Putra, H. A. (2022). Implementasi Akuntansi Sebagai Strategi Bisnis UMKM. *Jurnal Ilmiah Bisnis dan Ekonomi Asia*, 308-321.

Hasibuan, I. M., & Marliyah. (2024). Kendala Aksesibilitas Pembiayaan Usaha Mikro Kecil Dan Menengah (Umkm) Dari Lembaga Keuangan. *Aksioma: Jurnal Manajemen*, Vol. 3, No. 1.

Mustika, I., & Ferdila. (2022). Pengenalan Standar Keuangan Entitas Mikro Kecil & Menengah (SAK EMKM) dan Bimbingan Teknis penyusunan Laporan Keuangan Berbasis SAK EMKM Pada UMKM di Kota Batam. *Jurnal Pengabdian Kepada Masyarakat Ekonomi, Pendidikan, dan Sosial Humaniora*, 36-43.

Nabilah, D. (2023). Analisis Penerapan Akuntansi Berdasarkan SAK EMKM (Standar Akuntansi Entitas Makro, Kecil, dan Menengah) Pada UMKM (Studi Kasus Pada UMKM Galeri Buket Sidoarjo). *Jurnal Revenue*, Vol.3, No.2.

Sholihat, W., & Hairudin, A. (2021). Analisis Implementasi Laporan Keuangan UMKM Berdasarkan Standar Akuntansi Keuangan Entitas Mikro, Kecil, dan Menengah (SAK-EMKM) (Studi Kasus Pada UMKM 7 Saudara). *Jurnal Ambitek*, 70-79.