

## Pemberdayaan Generasi Milenial Dalam Memulai Bisnis di Era Digital

Dade Nurdiniah<sup>1\*</sup>, Iren Meita<sup>2</sup>, Indra Wijaya<sup>3</sup>

<sup>1,2,3</sup> Akuntansi, Fakultas Bisnis, Universitas Bina Insani  
Jl. Siliwangi, No. 6, Rawa Panjang Kota Bekasi

\*Email: [dade@binainsani.ac.id](mailto:dade@binainsani.ac.id)

### ABSTRACT

This Community Service Activity (PKM) was conducted to train the millennial generation to find inspiration to start their business and motivate participants to start their businesses by utilizing digital media or existing platforms. In addition, the millennial generation should be able to grow creativity, think creatively to create a business or business opportunity, and calculate the cost of products and the selling price of the products produced so that they can provide benefits for success. The activities are divided into three training stages and are bold and alluring. The training implementation method uses the service learning approach through three stages: preparation, training, and evaluation. The final result of this training was an increase in the proportion of correct answers in the pre-test and post-test implementation. There was a partner satisfaction level of 89%, delighted and 11% satisfied.

### Keywords

*Millennial Generation,  
Business, Digital Era*



*BERDAYA : Jurnal  
Pendidikan dan  
Pengabdian Kepada  
Masyarakat  
Vol 5, No.1, Apr 2023,  
pp. 1-10  
eISSN 2721-6381*

### Article History

Received 24 Dec 2022 / Accepted 15 Feb 2023 / First Published: 17 Feb 2023

### To cite this article

Nurdiniah, D., Meita, I., & Wijaya, I. (2023). Pemberdayaan Generasi Milenial Dalam Memulai Bisnis di Era Digital. *BERDAYA: Jurnal Pendidikan Dan Pengabdian Kepada Masyarakat*, 5(1), 1-10. <https://doi.org/10.36407/berdaya.v5i1.807>



© The Author(s)2023

. This open access article is distributed under a Creative Commons  
Attribution (CC-BY) 4.0 license

## ABSTRAK

Kegiatan Pengabdian Kepada Masyarakat (PKM) ini dilaksanakan dengan tujuan untuk memberikan pelatihan kepada generasi milenial dalam menemukan inspirasi untuk memulai bisnisnya dan memotivasi peserta untuk mampu memulai usahanya dengan memanfaatkan media digital atau platform yang ada. Selain itu generasi milenial agar mampu menumbuhkan kreatifitas dan dapat berfikir kreatif untuk menciptakan suatu peluang usaha atau bisnis, dan untuk dapat menghitung harga pokok produk dan harga jual dari produk yang dihasilkan agar dapat memberikan keuntungan bagi usahanya. Kegiatan dibagi dalam 3 tahap pelatihan dan secara daring maupun luring. Metode pelaksanaan pelatihan dengan pendekatan service learning method melalui tiga tahapan yaitu persiapan, pelatihan dan evaluasi. Hasil akhir dari pelatihan ini diperoleh peningkatan persentase jawaban benar dalam pelaksanaan pre test dan post test serta adanya tingkat kepuasan mitra sebesar 89% menyatakan sangat puas dan 11% menyatakan puas.

## Profil Penulis

Dade Nurdiniah  
Iren Meita  
Indra Wijaya

Akuntansi, Fakultas Bisnis,  
Universitas Bina Insani

\*Email: dade@binainsani.ac.id

**Kata Kunci :** Generasi Milenial, Bisnis, Era Digital

Reviewing Editor  
Hendryadi, STIE Indonesia  
Jakarta

## PENDAHULUAN

Pandemi Corona Virus Disease 2019 atau yang disebut dengan Covid-19, sangat luar biasa dampaknya kita rasakan diantaranya terhadap kesehatan masyarakat, dimana berbagai aktivitas yang biasanya dilakukan dengan leluasa, sekarang harus dilakukan dengan memperhatikan protokol kesehatan. Dampak pandemi juga berpengaruh terhadap dunia pendidikan, dimana aktivitas pembelajaran di sekolah dan di perguruan tinggi terpaksa dilakukan secara virtual atau daring dengan memanfaatkan teknologi yang ada. Begitu juga terhadap perekonomian atau bisnis, dimana aktivitas jual beli yang sebelumnya leluasa untuk bertransaksi, kini banyak bisnis peseorangan, rumah tangga, perusahaan mikro, kecil menengah maupun besar yang gulung tikar. Selain itu juga dirasakan dampaknya terhadap persaingan tenaga kerja, dimana banyak tenaga kerja yang terkena Pemutusan Hubungan Kerja (PHK) maupun yang dirumahkan. Namun dari dampak pandemi Covid-19 ini juga ada hal positif yang dapat kita peroleh, yaitu kita dipaksa untuk “melek” akan teknologi dan mampu menerapkannya pada kehidupan sehari-hari yang serba digital. Bisnis, belajar, pemasaran, memesan makanan, memesan transportasi, belanja, mengirim barang dan lain-lain semua bisa dilakukan melalui media digital.

Pesatnya perkembangan digital di Indonesia dan tingginya penggunaan internet pada dunia usaha berimplikasi pada maraknya kegiatan jual beli melalui internet pada berbagai macam media/platform. Hasil survei Statistik Karakteristik Usaha yang bekerja sama dengan Badan Pusat Statistik (BPS) pada tahun 2021 memperlihatkan hasil bahwa, sebanyak 63,09 persen usaha telah memanfaatkan internet untuk menjual barang/jasanya sementara sebanyak 56,45

persen usaha telah memanfaatkan internet untuk membeli barang/jasa. Seperti yang ditunjukkan pada gambar berikut;



**Gambar 1.**  
Persentase Usaha yang Melakukan Penjualan dan Pembelian Melalui Digital  
Sumber: Statistik Karakteristik Usaha (2021)

Berdasarkan gambar 1 dapat dilihat bahwa banyak yang menjalankan bisnisnya dengan memanfaatkan gadget atau berbantuan internet, nah generasi milenial sangat lekat sekali dengan gadget dan cepat sekali beradaptasi dengan teknologi informasi digital. Namun sayang masih banyak generasi milenial yang belum memanfaatkan gadget tersebut kepada hal yang positif, seperti buka usaha secara online yang dapat menambah penghasilan. Banyak sekali market place/platform yang dapat digunakan untuk mempromosikan bisnis, atau juga melalui media sosial untuk memasarkan produk secara online. Berkat pemanfaatan teknologi digital ini banyak usaha, bisnis startup atau usaha kecil yang sukses bahkan bisa menjual produknya sampai ke mancanegara.

Susahnya mencari pekerjaan apalagi di masa pandemi seperti sekarang ini, dan harus bersaing di dunia kerja, generasi milenial perlu dibekali pengetahuan bagaimana memunculkan ide kreatif untuk memulai bisnis dan dapat menjual produknya secara online atau melalui media digital (*digital marketing*). Ulfi & Tri (2018) mengatakan bahwa Ide kreatif sejak dini terutama bagi generasi milenial, teretus dari menyalurkan hobi yang pastinya merupakan kegiatan yang sangat menyenangkan bagi semua orang. Kesenangan ini akan semakin sempurna ketika hobi yang dimiliki dapat diberdayakan menjadi sebuah bisnis yang dapat menghasilkan keuntungan. Untuk memulai bisnis, apalagi di masa pandemi seperti sekarang ini tidaklah mudah. Namun, di era digital ini, banyak cara yang dapat dilakukan dalam memulai bisnis, diantaranya dengan memanfaatkan media sosial atau teknologi informasi sebagai salah satu alat untuk membantu dalam promosi atau pemasaran. Menurut Saputra (2015), kisah keberhasilan dan kesuksesan di era digital secara global memotivasi dan menginspirasi banyak kalangan pemuda di dunia sehingga bisnis startup bermunculan setiap tahun hampir semua negara dan itu juga terjadi di Indonesia.

Potensi teknologi informasi sangat terbuka lebar. Saat ini orang lebih mudah berjualan dibanding masa sebelumnya. Tanpa perlu memiliki toko atau tempat usaha, seseorang sudah bisa memasarkan barangnya melalui media online yaitu di market place atau media sosial. Kegiatan mempromosikan atau memasarkan barang atau jasa tidak lagi sulit dan dapat dijangkau oleh semua orang sampai mancanegara. Bentuk usahanya pun bisa beraneka ragam, bisa sifatnya barang atau jasa. Apabila sudah memiliki produk maka didorong untuk menjualnya secara online dengan memanfaatkan media sosial atau market place yang sudah

terkenal. Jika produknya berupa jasa maka dapat didorong untuk membuat website sendiri dan beriklan di media sosial. Apabila belum memiliki produk barang atau jasa, maka didorong memunculkan ide kreatif sehingga memiliki keyakinan untuk melangkah membuka usaha atau menjadi pengusaha (Gunawan, 2020). Pengetahuan e-commerce juga perlu ditanamkan sehingga ada gambaran umum akan peluang bisnis di era digital (Ambarita et al., 2018).

Sebagai salah satu universitas yang berada di kota Bekasi, Universitas Bina Insani melalui program studi akuntansi memiliki kepedulian atas kebutuhan pelatihan bagi karang taruna yang merupakan bagian dari generasi milenial yang ingin memulai bisnis untuk menambah penghasilan. Melalui kegiatan pengabdian kepada masyarakat ini akan dibentuk sebuah program pelatihan yang bertujuan untuk memotivasi generasi milenial yang ingin memulai usaha atau berbisnis, untuk menciptakan peluang usaha dan memulai membuka usahanya dengan memanfaatkan media digital sebagai sarana pemasaran produknya, diantaranya media sosial dan market place. Pelatihan mengenai digital entrepreneurship mewujudkan generasi milenial berjiwa wirausaha pernah dilakukan oleh Gunawan (2020), membangun jiwa enterpreneur pada generasi milenial oleh Isabella & Loliyani (2022), kemudian peluang bisnis di era digital bagi generasi muda dalam berwirausaha: strategi menguatkan perekonomian oleh Wiwik & Ida (2019).

### **Sasaran Kegiatan**

Sasaran pada kegiatan pengabdian masyarakat ini adalah generasi milenial khususnya karang taruna di Cikarang Timur. Generasi milenial yang kesehariannya tidak lepas dengan gadget dan internet, memiliki kesempatan untuk memanfaatkan penggunaan gadget ke hal-hal yang positif yaitu untuk membuka peluang bisnis atau usaha yang dibantu pemasarannya melalui media digital (*digital marketing*) yang dapat menjangkau konsumen lebih tepat waktu dan tepat sasaran.

### **Masalah yang ingin dipecahkan**

Adapun permasalahan mitra saat ini adalah: (1) Mitra belum memahami bagaimana menemukan inspirasi dan solusi peluang bisnis, terkadang takut untuk memulai hal-hal yang baru. (2) Mitra belum memahami bagaimana berfikir kreatif untuk mendapatkan peluang bisnis. (3) Mitra belum memahami bagaimana menghitung harga pokok dari produk yang dihasilkan dan biaya yang dikeluarkan untuk memulai bisnis.

## **MATERI DAN METODE**

### **Materi**

Kegiatan Pengabdian kepada Masyarakat (PKM) ini mengambil topik, Pemberdayaan Generasi Milenial Dalam Memulai Bisnis Di Era Digital. Kegiatan ini dilaksanakan dalam bentuk pelatihan. Dari hasil peninjauan sebelumnya terhadap mitra, ditemukan (tiga) 3 hal utama permasalahan yang dialami para generasi milenial dalam memulai bisnisnya, sehingga materi pelatihan yang diberikan disesuaikan dengan permasalahan yang dihadapi mitra, materi yang diberikan dalam pelatihan yaitu: bagaimana menemukan inspirasi dan solusi peluang bisnis, bagaimana cara menumbuhkan kreatifitas dalam peluang bisnis, tips - tips

berpikir kreatif untuk mendapatkan peluang bisnis, kiat berfikir kreatif dalam peluang bisnis, perhitungan harga pokok produk yang dihasilkan dan perhitungan harga jual per unit produk.

### **Lokasi dan Mitra Kegiatan**

Kegiatan pengabdian kepada masyarakat ini dilaksanakan dalam bentuk pelatihan bertempat di Desa Jatireja Cikarang Timur Kabupaten Bekasi Jawa Barat.

### **Peserta**

Pelatihan diikuti sebanyak 19 peserta dari karang taruna, dimana yang tergabung dalam karang taruna ini ada yang statusnya mahasiswa, lulusan SMA/SMK, dan generasi muda yang sedang merintis usaha.

### **Prosedur dan Metode**

Pelaksanaan pelatihan ini dilakukan dengan metode service learning. Pendekatan ini dilaksanakan dalam tiga tahapan yaitu tahapan persiapan, tahapan melayani dan tahapan refleksi atau evaluasi (Dulatip et al., 2020).

Tahap Persiapan - Pada awal kegiatan, dilakukan survey terlebih dahulu terkait dengan situasi terkini mitra dan permasalahan apa saja yang secara signifikan dalam memulai bisnis dan pemasaran digital. Selanjutnya, tim dosen menyusun modul yang sesuai dengan mempertimbangkan kemudahan penyampaian bahasa dan materi agar dapat dipahami oleh setiap mitra. harus dipertimbangkan pula penyampaian materi yang menarik dan sistematis agar lebih mudah diterima oleh generasi milenial. Selain menyiapkan materi, disiapkan pula simulasi teknis pelaksanaan pelatihan dan persiapan instrumen untuk pelaksanaan pre test, post test dan kuisisioner kepuasan.

Tahap Pelatihan - Pada Tahap ini, kegiatan pelatihan dilakukan secara daring dan luring dengan melihat pertimbangan kondisi pandemi dan protokol kesehatan. Dalam pelaksanaan, disampaikan terlebih dahulu pre test sebelum pemaparan materi oleh tim dosen. Selanjutnya disampaikan materi peluang bisnis dan marketing digital. Sebagai bentuk pelayanan kepada peserta, disediakan pula sesi diskusi dan tanya jawab untuk mengakomodir pertanyaan dari para peserta agar lebih memahami materi pelatihan.

Tahap Evaluasi - Pada tahapan akhir pelatihan, disampaikan *post test* untuk mengukur sejauh mana peningkatan pemahaman mitra terkait dengan materi yang disampaikan. Hal ini bertujuan untuk mengevaluasi sejauh mana kesiapan mitra dalam mengimplementasikan hasil pelatihan yang diberikan. Terakhir, sebagai upaya mengetahui sejauh mana indikator keberhasilan dan kepuasan mitra dalam pelatihan ini secara menyeluruh, disebarkan kuisisioner kepuasan. Dari hasil kuisisioner ini dapat dianalisa tingkat kebermanfaatannya pelatihan ini dan kontribusi apa yang mampu diberikan dari serangkaian pelatihan ini kepada mitra.

## HASIL DAN PEMBAHASAN

### Pelaksanaan Kegiatan

Kegiatan PKM ini telah dilaksanakan dalam tiga pertemuan, sebagai berikut:

Pertemuan pertama tanggal 13 Agustus 2022, kegiatan ini dilaksanakan secara *online* (daring) melalui *Zoom Meeting*, karena masih suasana pandemi dan kebetulan ada diantara peserta yang terkena covid. Pada pertemuan pertama ini dimulai dengan pemberian pre test kepada peserta pelatihan, kemudian dilanjutkan dengan penyampaian materi oleh ketiga pembicara. Pembicara pertama menyampaikan materi mengenai bagaimana menemukan inspirasi dan solusi peluang bisnis dilanjutkan dengan bagaimana cara menumbuhkan kreatifitas dalam peluang bisnis. Pembicara kedua menyampaikan materi tips-tips dan kiat-kiat verifikasi kreatif untuk mendapatkan peluang bisnis, dan pembicara ketiga menyampaikan materi mengenai perhitungan harga pokok dan harga jual produk. Berikut foto kegiatan pada pertemuan pertama :



**Gambar 2.**  
Foto Kegiatan  
Pertemuan Kesatu  
Sumber: Dokumentasi  
Tim Pelaksana PKM

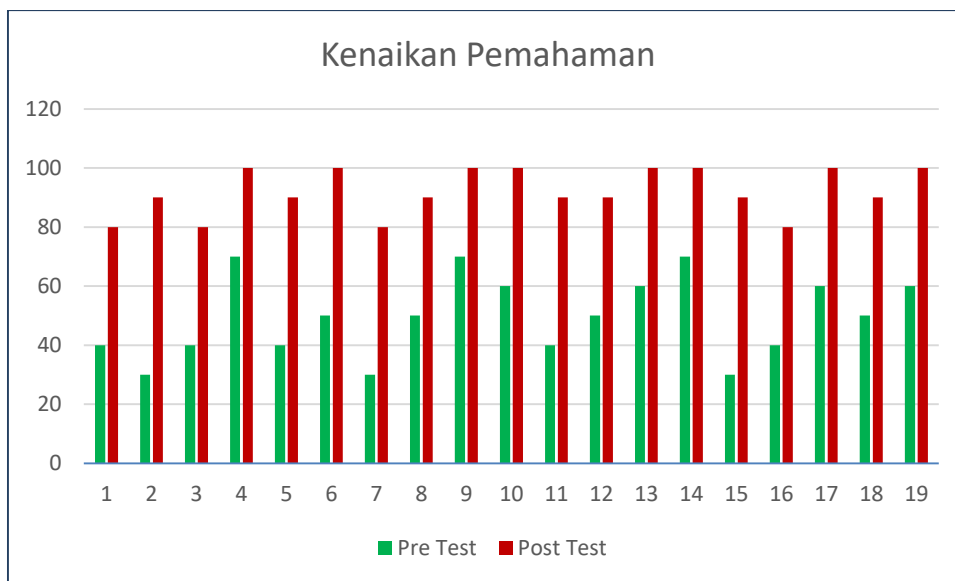
Pertemuan kedua dan ketiga dilaksanakan pada tanggal 27 Agustus 2022 dan 10 September 2022, kegiatan ini dilaksanakan secara *offline* (luring) bertempat di Desa Jatireja Cikarang Timur Kabupaten Bekasi. Pada pertemuan kedua dan ketiga ini dilakukan pendampingan terkait materi yang telah diberikan agar peserta dapat mempraktekannya langsung. Berikut foto kegiatan pada pertemuan kedua :



**Gambar 3.**  
Foto Kegiatan Pertemuan  
Kedua dan ketiga  
Sumber: Dokumentasi Tim  
Pelaksana PKM

### Evaluasi Kegiatan

Setelah pelatihan selesai pada hari ketiga peserta diberikan *post test*. Pemberian angket *post test* ini adalah sebagai cara untuk mengetahui peningkatan pemahaman peserta terhadap materi yang telah diberikan pada kegiatan PKM. Angket *post test* terdiri dari 10 pertanyaan sama halnya dengan angket *pre test*, yaitu untuk mengukur pemahaman peserta yang berjumlah 19 peserta terhadap materi yang telah diberikan. Dari hasil jawaban *pre test* dan *post test* yang benar, maka dapat diperoleh kenaikan tingkat pemahaman peserta PKM seperti pada grafik berikut:

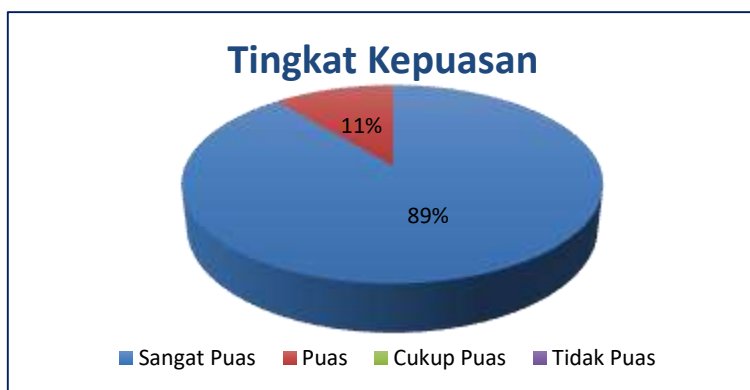


**Grafik 1.**  
Kenaikan  
Pemahaman  
Peserta PKM  
Sumber : Tim  
Pelaksana PKM

Grafik 1 menunjukkan bahwa kenaikan pemahaman peserta setelah mengikuti kegiatan pelatihan dan pendampingan. Dari hasil *pre test* dan *post test* yang telah dilakukan terlihat adanya kenaikan pemahaman peserta yang signifikan, yang sebelum mengikuti kegiatan pelatihan yaitu 30-70% menjadi 80-100%. Dengan demikian, pelatihan dan pendampingan ini dapat dikatakan berhasil meningkatkan pemahaman para generasi milenial melalui tiga materi yang disampaikan oleh tiga pembicara untuk menjawab permasalahan yang dihadapi generasi milenial khususnya karang taruna di desa Jatireja.

### Pembahasan atas Keberhasilan dan Tingkat Kepuasan peserta

Sebagai upaya untuk mengetahui sejauh mana indikator keberhasilan dan kepuasan mitra dalam pelatihan ini secara menyeluruh, disebarkan kuisisioner kepuasan. Tingkat kepuasan peserta kegiatan pengabdian yang dilakukan melalui pelatihan, dan pendampingan diukur dengan 8 pertanyaan. Pengukuran menggunakan skala likert 1-4 dengan kriteria: 1=tidak puas, 2=cukup puas, 3=puas, 4=sangat puas. Angket kuesioner disebarkan kepada para peserta pelatihan pada hari terakhir pelatihan. Setelah dilakukan olah data, hasil yang didapatkan tampak dalam gambar berikut:



**Gambar 4.**  
 Tingkat Kepuasan Peserta  
 Sumber : Tim Pelaksana  
 PKM

Gambar 4 Tingkat Kepuasan Peserta memperlihatkan bahwa dari 19 peserta yang mengikuti pelatihan, terdapat 89% diantaranya menyatakan sangat puas dan 11% mengatakan puas. Dimana instrumen untuk mengukur kepuasan peserta ini terdapat 8 pertanyaan, yang nampak pada tabel berikut:

**Tabel 1.**  
 Pertanyaan Tingkat Kepuasan Peserta

No	Pertanyaan	Sangat Puas	Puas	Cukup Puas	Tidak Puas
1	Kemampuan pembicara menjawab pertanyaan	17	2	-	-
2	Kemampuan pembicara membantu peserta	16	3	-	-
3	Kemampuan pembicara menghidupkan suasana	17	2	-	-
4	Kemampuan pembicara menyampaikan materi	18	1	-	-
5	Kemudahan peserta memahami materi	16	3	-	-
6	Kesesuaian metode yang digunakan	17	2	-	-
7	Efektivitas penggunaan waktu pelatihan	18	1	-	-
8	Pencapaian sasaran program pelatihan	17	2	-	-
	<b>Total</b>	<b>136</b>	<b>16</b>	<b>0</b>	<b>0</b>
	<b>Persentase</b>	<b>89%</b>	<b>11%</b>	<b>0%</b>	<b>0%</b>

Sumber : Tim Pelaksana PKM

Hasil angket kepuasan peserta dengan 8 pertanyaan tersebut tidak ada yang menjawab tidak puas. Persentase jawaban sangat puas sebanyak 89% termasuk sangat tinggi, yang mengindikasikan bahwa pelatihan ini memenuhi harapan peserta dan tidak mengecewakan peserta pelatihan. Kemampuan pembicara dalam menjawab pertanyaan, kesediaan membantu peserta selama pendampingan, kemampuan menghidupkan suasana, menyampaikan materi, kemudahan peserta memahami materi, kesesuaian metode pelatihan yang digunakan, efektivitas penggunaan waktu serta pencapaian sasaran pelatihan, sebagian besar peserta menyatakan sangat puas.

## KESIMPULAN

### Kesimpulan

Kegiatan PKM yang bertema pemberdayaan generasi milenial dalam memulai bisnis di era digital yang dilaksanakan pada tanggal 13 Agustus, 27 Agustus dan 10 September 2022, diperoleh beberapa kesimpulan sebagai berikut, generasi milenial mampu menemukan inspirasi untuk memulai bisnisnya dan mampu untuk memulai usahanya dengan memanfaatkan media digital atau platform yang ada. Generasi milenial mampu menumbuhkan kreatifitas dan dapat berfikir kreatif untuk menciptakan suatu peluang usaha dan generasi milenial mampu menghitung harga pokok produk dan harga jual dari produk atau jasa yang dihasilkan, juga pelatihan ini terbukti sangat memuaskan kedua belah pihak. Selain itu, dari hasil angket mengenai tingkat kepuasan peserta, kegiatan pengabdian ini disimpulkan sangat memberikan kepuasan kepada para peserta.

### Saran Kegiatan Lanjutan

Mengingat antusiasme peserta pada kegiatan pelatihan dan pendampingan ini, perlu dilakukan pelatihan lanjutan dengan sistem pendampingan yang lebih spesifik agar inspirasi generasi milenial untuk mewujudkan usahanya dapat tercapai.

## REFERENSI

- Ambarita, I., Sihombing, A., & Buaton, R. (2018). Pengembangan Kewirausahaan Mahasiswa Dan Alumni Guna Era Digital. *METHOMIKA: Jurnal Manajemen Informatika Dan Komputerisasi Akuntansi*, 2(2), 109–115. <http://www.journal.ubaya.ac.id/index.php/jimus/article/view/1022/821>
- Dulatip, D., Sari, I. N., & Heriyawati, D. F. (2020). Entrepreneurship Learning through Pramuka Activity. *EDUTECH: Journal of Education And Technology*, 4(1), 89–97. <https://doi.org/10.29062/edu.v4i1.85>
- Gunawan, A. (2020). Pelatihan Digital Entrepreneurship untuk Mewujudkan Generasi Milenial Berjiwa Wirausaha Di Sekolah SMA Desa Karangasih Cikarang. *Jurnal Abdimas Kartika Wijayakusuma*, 1(1), 38–45. <https://doi.org/10.30738/ad.v3i1.4311>
- Isabella, A. A., & Loliyani, R. (2022). Membangun Jiwa Enterpreneur Pada Generasi Milenial Di Smak Swadhipa Natar Lampung Selatan. *JPM: Pemberdayaan, Inovasi Dan Perubahan*, 2(5), 68–72. <https://doi.org/https://doi.org/10.31849/reila>
- Saputra, A. (2015). Peran Inkubator Bisnis dalam Mengembangkan Digital Startup Lokal di Indonesia. *Jurnal Ilmiah Mahasiswa Universitas Surabaya*, 4(1), 1–24. <http://www.journal.ubaya.ac.id/index.php/jimus/article/view/1022/821>
- Ulfi, P., & Tri, A. (2018). “Menumbuhkan Minat Entrepreneur Agar Mandiri dan Berkarya di Era Digital” SMK SUNAN DRAJAT SIDOMULYO. *Jurnal Abdikarya: Jurnal Karya Pengabdian Dosen Dan Mahasiswa*, 01(1), 18–20.
- Wiwik, M., & Ida, M. (2019). Peluang Bisnis Di Era Digital Bagi Generasi Muda Dalam Berwirausaha. *Jurnal MEBIS: Manajemen Dan Bisnis*, 4(2), 53–58. [https://www.academia.edu/48809653/Peluang\\_Bisnis\\_DI\\_Era\\_Digital\\_Bagi\\_Generasi\\_Muda\\_Dalam\\_Berwirausaha\\_Strategi\\_Menguatkan\\_Perekonomian](https://www.academia.edu/48809653/Peluang_Bisnis_DI_Era_Digital_Bagi_Generasi_Muda_Dalam_Berwirausaha_Strategi_Menguatkan_Perekonomian)

## About the Authors



Dade Nurdiniah, S.E., M.Ak. Lahir di Tasikmalaya. Ia merupakan Kajar Akuntansi di Universitas Bina Insani Kota Bekasi. Ia mengembangkan karirnya sebagai dosen sejak tahun 2000 dengan pengalaman mengajar rumpun mata kuliah Akuntansi Keuangan, Akuntansi Biaya dan Akuntansi Manajemen.

Email: [dade@binainsani.ac.id](mailto:dade@binainsani.ac.id)



Iren Meita, S.E., Ak., M.Ak. Lahir di Jakarta. Ia merupakan dosen tetap Program Studi S1 Akuntansi Fakultas Bisnis Universitas Bina Insani, mengajar rumpun mata kuliah Akuntansi Keuangan dan Perpajakan.

Email: [Irenmeitaaa@gmail.com](mailto:Irenmeitaaa@gmail.com).



Dr. Indra Wijaya, ST., MM., M.Si, M.Th., BKP, CFP, QWP, CMA. Ia merupakan dosen tetap Program Studi D3 Akuntansi Fakultas Bisnis Universitas Bina Insani, mengajar Komputerisasi Akuntansi dan Perpajakan.

Email: [indralfpw@gmail.com](mailto:indralfpw@gmail.com)

Accepted author version posted online: 17 Feb 2023

Hendryadi (Reviewing editor)

## FUNDING

Kegiatan ini merupakan bagian dari program hibah internal Pengabdian Kepada Masyarakat Lembaga Penelitian dan Pengabdian Kepada Masyarakat Universitas Bina Insani.

## COMPETING INTERESTS

Tidak ada konflik kepentingan untuk diungkapkan.