



PENINGKATAN SISTEM PENGELOLAAN KEUANGAN DAN PEMASARAN DIGITAL PADA UMKM CHALODO SIBALI RESOE

*Improving Financial Management System and Digital Marketing at SME Chalodo Sibali
Resoe*

Zikra Supri^{1*}, Sahrir¹, Rahmad Solling Hamid², Sultan¹, Riyanti¹

¹Program Studi Akuntansi Universitas Muhammadiyah Palopo, ²Program Studi
Manajemen Universitas Muhammadiyah Palopo

Jln Jendral Sudirman, Km.3 Binturu Kota Palopo

*Alamat korespondensi: zikra@umpalopo.ac.id

(Tanggal Submission: 05 September 2023, Tanggal Accepted : 28 Oktober 2023)



Kata Kunci :

*Bawang Merah,
mesin pompa
bensin, biaya
produksi, sistem
pompa air
tenaga surya,
website.*

Abstrak :

Sumber air untuk penyiraman tanaman Bawang Merah pada Kelompok Tani Pakkoko Ka'jung berasal dari Pamsimas. Metode penyiramannya, air yang telah ditampung pada kolam, kemudian dipompa dengan mesin pompa berpengerak mesin bensin, sehingga menambah biaya produksi, selain pembayaran air dari pamsimas. Disisi lain metode pemasaran hasil panen masih dilakukan dengan metode penjualan langsung ke pasar-pasar desa dekat mitra. Tujuan kegiatan ini adalah mengurangi biaya produksi dalam hal ini biaya bahan bakar pompa dalam proses penyiraman tanaman Bawang Merah dan membuat metode penjualan atau pemasaran hasil panen berbasis website. Pelaksanaan kegiatan ini dimulai dengan survei untuk mengidentifikasi masalah, diskusi untuk menentukan pemecahan masalah, perencanaan untuk menentukan kapasitas SPATS serta platform dan desain website. Implementasi terdiri dari instalasi, pelatihan pengoperasian dan pemeliharaan SPATS serta pelatihan *update* konten website. Sedangkan website pemasaran dibangun dengan platform wordpress. Hasil *commissioning* SPATS menunjukkan kinerja yang baik, dimana parameter output inverter seperti tegangan, frekuensi dan faktor daya menunjukkan hal yang sama dengan parameter yang dihasilkan oleh jaringan PLN. Adanya pelatihan mengenai pengoperasian dan pemeliharaan SPATS serta pelatihan *update* konten website mitra secara mandiri telah dapat pengoperasian SPATS serta memperbaharui konten website yang telah dibuatkan.

Key word :

Onion, gasoline pump machine, production cost, solar water pump system, website.

Abstract :

The source of water for irrigating shallot plants in the Kelompok Tani Pakkoko Ka'jung comes from Pamsimas. The irrigation method, the water that has been collected in the pool, is then pumped with a gasoline engine-driven pump machine, thus increasing production costs, in addition to water payments from Pamsimas. On the other hand, the method of marketing the harvest is through direct sales to village markets near the partners. The purpose of this activity is to reduce production costs in this case the cost of pump fuel in the process of watering shallot plants, and create a website-based method of selling or marketing crops. The implementation of this program began with a survey to identify problems, discussions to determine problem-solving, and planning to determine the capacity of SPATS and website platform and design. The Implementation consisted of installation, training on SPATS operation and maintenance, and training on website content updates. The implemented SPATS consists of 1820 Wp solar panel, 3 kW inverter, 864 Wh battery and 1 kW pump. Meanwhile, the marketing website was built with the wordpress platform. The SPATS commissioning results show good performance, where the inverter output parameters such as voltage, frequency and power factor show the same thing as the parameters generated by the PLN network. The training on the operation and maintenance of SPATS as well as training on updating the content of the partner website independently has been able to operate SPATS and update the website content that has been made. The implementation of battery-coupled SPATS significantly reduces production costs. Meanwhile, the website as a marketing medium provides a new way of marketing.

Panduan sitasi / citation guidance (APPA 7th edition) :

Supri., Sahrir., Hamid, R. S., Sultan., Riyanti. (2023). Peningkatan Sistem Pengelolaan Keuangan Dan Pemasaran Digital Pada Umkm Chalodo Sibali Resoe. *Jurnal Abdi Insani*, 10(4), 2204-2211. <https://doi.org/10.29303/abdiinsani.v10i4.1148>

PENDAHULUAN

1. Analisis Situasi

Usaha Mikro, Kecil Menengah (UMKM) merupakan salah satu pilar dalam pembangunan ekonomi bangsa. Saat ini pengembangan dan *Sustainability* UMKM menjadi *concern* bagi banyak pihak termasuk pemerintah. Beberapa peraturan pemerintah di buat untuk membuat UMKM di Indonesia maju dan berkembang Salah satunya Undang-Undang (UU) No. 11 Tahun 2020 tentang Cipta Kerja yang diyakini akan meningkatkan minat masyarakat dalam membuka usaha, karena menciptakan kemudahan dalam perizinan. UU Cipta Kerja juga mengatur penguatan ekosistem *e-commerce*, yang dapat mendukung upaya digitalisasi UMKM. Dukungan dari berbagai pihak ini menjadi hal yang perlu di sambut penuh oleh UMKM.

Transformasi digital menjadi poin penting yang perlu di implementasikan dalam setiap proses usaha. Salah satunya terkait digitalisasi pengelolaan keuangan UMKM. Setiap usaha bisnis harus memiliki laporan keuangan yang baik dan sesuai standar akuntansi keuangan, laporan keuangan tersebut bukan hanya menjadi prioritas untuk bisnis yang besar dan kompleks tetapi juga sangat dibutuhkan oleh semua level bisnis termasuk Usaha Mikro Kecil Menengah (UMKM). Dengan adanya laporan keuangan, diharapkan para pelaku bisnis termasuk UMKM dapat mengetahui dan menganalisis kinerja dan posisi keuangan bisnisnya (Harto et al., 2021). Selain itu, inovasi lain dalam metode pemasaran ke bentuk digital juga diperlukan untuk lebih mampu meraih konsumen lebih luas



(Hamid et al., 2023). Digitalisasi dibutuhkan untuk meningkatkan daya saing UMKM di tengah persaingan saat ini (Maesaroh et al., 2021).

Kendala pada sebagian besar Usaha Mikro, Kecil Menengah (UMKM) dalam melakukan transformasi digital khususnya yang ada di Masamba, Luwu Utara adalah literasi keuangan dan literasi digital (Bidasari B, 2023). Literasi keuangan yaitu terkait pengetahuan dan pengelolaan keuangan diantaranya penyusunan laporan keuangan usaha serta perpajakan. Sementara untuk literasi digital terkait kesiapan penggunaan teknologi dan cara mendigitalkan berbagai proses bisnisnya. Selain itu memasarkan produk/jasa dalam bentuk digital merupakan tantangan tersendiri bagi UMKM. Kendala ini juga dialami oleh mitra kami.

2. Permasalahan Mitra

Berdasarkan diskusi awal tim pengusul mencatat bahwa yang menjadi permasalahan mendasar pada mitra yakni pengelolaan usaha serta transformasi kearah digital. Permasalahan tersebut di rinci dalam tiga bagian, yang pertama kebutuhan aplikasi sistem pengelolaan keuangan yang sangat dibutuhkan oleh mitra yang sesuai dengan jenis usahanya yakni manufaktur/produksi diantaranya laporan produksi, laporan persediaan dan laporan keuangan umum lainnya. Permasalahan kedua yakni terkait pengetahuan pengelolaan perpajakan yang sangat minim sehingga terkendala pada pelaporan dan pembayaran pajak usaha. Ketiga yaitu metode pemasaran yang membutuhkan inovasi baru dalam bentuk *digital marketing* untuk memaksimalkan penjualan produk mitra. Kondisi yang diungkapkan oleh mitra tersebut menjadi dasar pemberian solusi yang tepat untuk mitra.



Gambar 1. Kondisi Usaha Mitra

Sistem Pengelolaan Keuangan (Financial Management System) adalah suatu sistem yang digunakan oleh organisasi atau perusahaan untuk mengelola dan mengontrol keuangan mereka. Sistem ini mencakup berbagai aspek, seperti perencanaan keuangan, pengelolaan anggaran, pencatatan transaksi keuangan, pelaporan keuangan, dan analisis keuangan. (Brigham & Ehrhardt, 2016). Secara khusus pengelolaan keuangan yang dimaksudkan dalam kegiatan pengabdian ini adalah bagaimana sebuah usaha mencatat hingga melaporkan keuangan usaha.

UMKM memiliki peran signifikan dalam menciptakan lapangan kerja, mengurangi kemiskinan, dan mendorong pertumbuhan ekonomi. Mereka juga dapat menjadi sumber inovasi dan daya saing bagi suatu negara (Acs, 2010). Pengelolaan keuangan yang baik merupakan faktor kunci dalam kesuksesan Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah (UMKM). UMKM seringkali memiliki sumber daya terbatas, sehingga pengelolaan keuangan yang efisien sangat penting. Digitalisasi untuk setiap usaha pada masa sekarang menjadi hal sangat dibutuhkan (Supri et al., 2023). Penelitian telah menunjukkan bahwa akses yang lebih baik ke sistem keuangan dapat meningkatkan pertumbuhan UMKM dan

kontribusi mereka terhadap ekonomi.(Demirgüç-Kunt et al., 2015). Kemajuan teknologi diharapkan dapat meningkatkan efisiensi proses bisnis dan mempercepat aliran informasi.(jasa Keuangan, 2020)

Pemasaran Digital adalah strategi pemasaran yang menggunakan platform digital dan teknologi internet untuk mempromosikan produk atau layanan. Ini termasuk berbagai metode seperti pemasaran melalui media sosial, periklanan online, pemasaran konten, SEO (*Search Engine Optimization*), dan lainnya. (Chaffey & Ellis-Chadwick, 2019). Pemasaran digital telah menjadi elemen penting dalam strategi bisnis modern karena perubahan perilaku konsumen yang semakin beralih ke dunia online (Ryan, 2016). Dalam pemasaran digital terdapat beberapa komponen penting diantaranya *Website*, Media Sosial, Iklan *online*, dan *Email marketing* (Kotler et al., 2016). Selain itu Media sosial telah menjadi salah satu platform terpenting dalam pemasaran digital (Tuten & Solomon, 2017). Pemasaran digital telah mengubah cara berinteraksi dengan pelanggan dan mengukur keberhasilan promosi usaha. Hal ini telah membantu usaha untuk lebih efektif dalam mengalokasikan sumber daya pemasaran dan mencapai hasil yang lebih baik (Ziakas, 2018). Ada berbagai strategi yang dapat digunakan dalam pemasaran digital, termasuk *konten marketing*, *paid advertising*, *inbound marketing*, dan lain sebagainya. Strategi yang tepat tergantung pada tujuan bisnis dan target konsumen (Chaffey & Smith, 2022).

Tujuan kegiatan pengabdian ini secara umum yaitu untuk memberikan solusi kepada mitra terkait permasalahan yang dihadapi dalam bentuk program maupun luaran yang nanti dapat di manfaatkan oleh masyarakat/mitra. Berdasarkan tujuan pengabdian tersebut, fokus utama pengabdian ini yaitu pada pengelolaan keuangan mitra (penyediaan aplikasi sistem keuangan) serta peningkatan pengetahuan dan kemampuan mitra dalam bidang perpajakan dan pemasaran.

METODE KEGIATAN

Mitra dalam usulan ini adalah usaha “Chalodo Sibali Resoe” yang bergerak dalam bidang kuliner/makanan dengan berbahan baku hasil alam utama Kabupaten Luwu utara yaitu coklat. Mitra yang beralamat di Masamba, Kabupaten Luwu Utara ini memiliki pabrik pengelolaan coklat serta *café shop* yang beroperasi di kota Masamba dengan jumlah karyawan sebanyak 16 orang yang bekerja di proses produksi dan kafe.

Tahapan pelaksanaan kegiatan untuk menangani permasalahan yang dihadapi oleh Mitra antara lain sebagai berikut :

a. Permasalahan Pengelolaan Keuangan

Solusi terhadap permasalahan ini akan dilakukan dalam empat tahapan. **Tahap pertama** yaitu dengan melakukan *Focus Group Discussion (FGD)* dengan mitra terkait detail aplikasi sistem keuangan yang diinginkan seperti model, ketersediaan *offline/online*, *template* dan hal lain yang terkait item aplikasi. Selanjutnya **tahapan kedua** yaitu pembuatan aplikasi sistem keuangan yang dibutuhkan. Setelah aplikasi sistem keuangan selesai **tahap ketiga** yaitu uji coba sekaligus pelatihan penggunaan pada mitra. **Tahap keempat** merupakan evaluasi dan pemantauan terhadap aplikasi sistem yang dilakukan secara rutin selama masa pelaksanaan kegiatan.

b. Permasalahan Perpajakan

Pelaksanaan kegiatan untuk menangani keterbatasan literasi dan kemampuan pelaporan perpajakan yaitu dengan melakukan sosialisasi mengenai literasi perpajakan serta memberikan pelatihan secara teknis tentang pelaporan pajak usaha (UMKM). Kegiatan ini dimulai dengan **Focus Group Discussion (FGD)** untuk mengidentifikasi materi pelatihan pajak apa yang paling dibutuhkan oleh mitra. Selanjutnya melakukan **sosialisasi dan pelatihan** yang akan melibatkan narasumber yang memiliki kapabilitas dalam bidang perpajakan. Pelatihan yang dilakukan akan bersifat teknis sehingga dapat langsung diterapkan oleh mitra.

c. Permasalahan Pemasaran

Untuk pelaksanaan solusi pada permasalahan pemasaran tidak jauh berbeda dengan permasalahan perpajakan. Dimulai dengan melakukan **Focus Group Discussion (FGD)** yang terkait dengan kebutuhan mitra dalam hal metode pemasaran. Selanjutnya memberikan **pelatihan** terkait penggunaan media pemasaran online (*digital marketing*) bagi mitra.

HASIL DAN PEMBAHASAN

Kegiatan ini melibatkan mahasiswa yang pelaksanaan mengikuti tahapan yang telah direncanakan diawal, berdasarkan permasalahan yang akan diselesaikan. Sesuai jadwal **tahapan pertama** yang dilakukan yaitu:

1. Melakukan rapat internal bersama dengan seluruh tim untuk membicarakan teknis pelaksanaan kegiatan.
2. Melakukan *Focus Group Discussion (FGD)* dengan Mitra. Pada FGD ini membahas tentang kebutuhan mitra terkait sistem keuangan yang dibutuhkan sesuai bidang usaha mitra. Selain itu beberapa hal terkait dokumen perpajakan didiskusikan untuk memudahkan dalam pelatihan nantinya.



Gambar 2. Focus Group Discussion (FGD)

Tahapan kedua yang dilakukan adalah kegiatan pelaksanaan kegiatan dimulai dengan :

3. Menyusun dan membuat sistem keuangan sederhana yang disesuaikan dengan usaha mitra. Secara khusus sistem keuangan sederhana yang dimaksudkan dalam kegiatan pengabdian ini adalah sebuah sistem yang didalamnya memuat pencatatan yang terintegrasi sehingga dapat menghasilkan laporan keuangan usaha. Sistem tersebut akan memuat jurnal, buku besar, buku pembantu, *worksheet*, hingga laporan keuangan usaha. Pembuatan sistem dengan memperhatikan jenis usaha yang dimiliki dalam hal ini menggunakan siklus usaha manufaktur/produksi. Berdasarkan siklus tersebut kemudian dibuat sistem pelaporan sederhana yang terintegrasi dari pencatatan jurnal hingga menghasilkan laporan keuangan. Sistem Pengelolaan Keuangan (*Financial Management System*) adalah suatu sistem yang digunakan oleh organisasi atau perusahaan untuk mengelola dan mengontrol keuangan mereka. Sistem keuangan yang telah dibuat memuat menu jurnal umum untuk pencatatan transaksi keuangan, yang terintegrasi dengan menu yang lain diantaranya buku besar, *worksheet*/ kertas kerja hingga laporan keuangan. Selain itu, juga dilengkapi buku pembantu (persediaan, piutang, utang, supplier dan distributor). Sistem ini dibuat dengan menyesuaikan dengan jenis usaha mitra yaitu perusahaan produksi / manufaktur. Siklus akuntansi dalam perusahaan manufaktur lebih kompleks dari perusahaan jasa/dagang, terlebih lagi

usaha mitra ini memiliki produk dengan jenis dan ukuran package yang beragam. Oleh karena itu semua informasi tersebut harus terdata dalam sistem yang dibuat. Gambar 3 merupakan hasil *screenshot* aplikasi keuangan sederhana yang telah dibuat.

SETUP	JURNAL	MONITOR	LAPORAN
DATA PERUSAHAAN	KODE AKUN	DATA PENANGAN	DATA SUPPLIER
KODE AKUN	NAMA AKUN	TARIK	POS LAPORAN
1120305	PPh 2% dibayar di Muka	1120305	DEBIT NRC
1120306	PPh 2% dibayar di Muka	1120306	DEBIT NRC
1120307	Pajak dibayar di Muka	1120307	DEBIT NRC
1120308		1120308	DEBIT NRC
1130000	PERSEDIAN	1130000	DEBIT NRC
1130100	PERSEDIAN BAHAN BAKU	1130100	DEBIT NRC
1130101	Bahan Baku 1	1130101	DEBIT NRC
1130102	Bahan Baku 2	1130102	DEBIT NRC
1130103	Bahan Baku 3	1130103	DEBIT NRC
1130104	Bahan Baku 4	1130104	DEBIT NRC
1130105	Bahan Baku 5	1130105	DEBIT NRC
1130106	Persediaan dalam Proses Produksi	1130106	DEBIT NRC
1130200	BAHAN BAKU TIDAK LANGSUNG	1130200	DEBIT NRC
1130201	Bahan Baku Tidak Langsung 1	1130201	DEBIT NRC
1130202	Bahan Baku Tidak Langsung 2	1130202	DEBIT NRC
1130203	Bahan Baku Tidak Langsung 3	1130203	DEBIT NRC
1130300	BARANG INDI	1130300	DEBIT NRC

SETUP	JURNAL	MONITOR	LAPORAN
LAPORAN HP PRODUKSI	LAPORAN LABA RUGI	LAPORAN LABA DITAHAN	LAPORAN PERUBAHAN
CHALODO SIBALI RESOE			
LAPORAN LABA RUGI			
Per 31 SEPTEMBER 2023			
PENDAPATAN			
Penjualan - Produk 1			67,185,000
Penjualan - Produk 2			0
Penjualan - Produk 3			0
Return Penjualan Produk 1	2,050,000		
Return Penjualan Produk 2	0		
Return Penjualan Produk 3	0		
Diskon Penjualan - Produk 1	1,008,000		
Diskon Penjualan - Produk 2	0		
Diskon Penjualan - Produk 3	0		
Pendapatan Bunga			0

Gambar 3. Pembuatan Sistem Keuangan Sederhana

4. Pelaksanaan Sosialisasi dan Pelatihan teknis Perpajakan serta pemasaran digital. Kegiatan ini dilakukan di lokasi mitra dengan memberikan materi dan pelatihan teknis yang terkait pelaporan perpajakan dan pemasaran digital. Pemasaran Digital adalah strategi pemasaran yang menggunakan platform digital dan teknologi internet untuk mempromosikan produk atau layanan. Ini termasuk berbagai metode seperti pemasaran melalui media sosial, periklanan online, pemasaran konten, SEO (*Search Engine Optimization*), dan lainnya. Pelatihan teknik perpajakan dalam hal berkaitan dengan bagaimana melaporkan dan menghitung pajak usaha berdasarkan laba atau hasil usaha. Pentingnya memahami dan mengetahui tentang peraturan dan undang-undang serta tata cara perpajakan dan menerapkannya untuk mempermudah dalam melakukan kegiatan perpajakan seperti, membayar pajak, melaporkan SPT, dan sebagainya. Pelatihan dan sosialisasi ini melibatkan narasumber memiliki kompetensi dalam bidang marketing dan perpajakan.



Gambar 4. Pelaksanaan Sosialisasi dan Pelatihan Perpajakan serta Pemasaran Digital

5. Setelah pembuatan aplikasi selanjutnya adalah melakukan sosialisasi dan pengenalan penggunaan sistem keuangan sederhana yang telah dibuat. Hal ini dilakukan dengan metode pelatihan rutin baik secara langsung maupun online. Pelatihan ini untuk membuat mitra terbiasa dalam menggunakan sistem keuangan yang nantinya akan digunakan untuk usahanya. Sistem keuangan yang buat dirancang dengan sederhana untuk memudahkan mitra mengerti dalam penggunaan dan dapat dengan cepat beradaptasi.



Gambar 5. Sosialisasi dan Pengenalan Sistem Keuangan Sederhana

Tahapan ketiga dari kegiatan ini yaitu :

6. Melakukan Monitoring dan Evaluasi terhadap kegiatan yang telah dilaksanakan. Monitoring ini untuk memastikan bahwa program yang dilakukan memberikan dampak yang baik bagi mitra. Monitoring ini terkait kegiatan pelatihan yang telah dilakukan serta memastikan apakah mitra telah mampu mengimplementasikan sistem keuangan yang telah dibuat.

Kegiatan yang menjadi tridharma dosen ini menjadi bentuk pengabdian terhadap masyarakat. Penyelesaian permasalahan mitra pengelolaan keuangan, perpajakan dan manajemen pemasaran terkait dengan bidang ilmu yang dimiliki oleh dosen. Faktor yang menghambat/kendala dalam pelaksanaan kegiatan yang tertunda karena jadwal pengelola usaha mitra yang harus disesuaikan akan tetapi Pihak mitra terbuka dan komunikatif sehingga setiap permasalahan yang di hadapi dapat segera ditemukan solusi dan penyelesaiannya

Melalui kegiatan ini beberapa manfaat yang akan diterima oleh mitra dalam pelaksanaan kegiatan pengabdian ini yaitu pertama meningkatnya pengetahuan perpajakan yang dimiliki oleh pihak manajemen sehingga tidak terkendala lagi dalam pelaporan serta perhitungan pajak. Kedua, meningkatnya pengetahuan mitra dalam hal pemasaran digital, sehingga menambah referensi pengelola dalam memasarkan produknya. serta yang ketiga, mitra dapat memiliki sistem pencatatan keuangan sederhana yang dapat membantu dalam pelaporan keuangan yang sesuai dengan kegiatan produksi/usahanya.

Rencana tahapan berikutnya dari dari pelaksanaan pengabdian ini yaitu dengan tetap melakukan monitoring ataupun evaluasi dari kegiatan yang telah dilakukan. Hal ini untuk menilai ketercapaian indikator pelaksanaan dibutuhkan evaluasi dan pemantauan terhadap kegiatan atau program yang telah dilaksanakan. Terkhusus untuk aplikasi sistem keuangan yang di gunakan oleh mitra. Keberadaan aplikasi system tersebut akan di tinjau secara berkala oleh tim. Sementara untuk pelatihan perpajakan dan *digital marketing* akan dievaluasi berdasarkan dampak dan kemampuan mitra dalam dua bidang tersebut. Keberlanjutan program akan di rancang berdasarkan hasil evaluasi, apabila program yang dilakukan berdampak positif bagi mitra maka akan semakin ditingkatkan, sementara untuk yang belum memperoleh hasil yang signifikan maka perlu di tinjau untuk pemberian solusi yang lain. Secara umum tim akan tetap memperhatikan dan melihat perkembangan dan dampak jangka panjang bagi mitra.

KESIMPULAN DAN SARAN

Program pengabdian ini dilakukan sebagai bagian dari kegiatan tridharma dosen serta implementasi kegiatan yang telah didanai atau mendapatkan hibah dari DRTPM. Pengabdian ini melibatkan mitra yaitu Usaha Coklat Chalodo Sibali Resoe. Kegiatan ini dilakukan untuk memberikan

solusi bagi permasalahan yang dihadapi mitra yaitu peningkatan pengetahuan tentang perpajakan dan pemasaran digital, serta tersedianya laporan keuangan sederhana yang sesuai dengan kegiatan dan jenis usaha mitra. Kegiatan pengabdian ini hanya dilakukan pada satu UMKM saja sehingga saran untuk pengabdian selanjutnya dapat dilakukan dalam lingkup yang lebih luas dan melibatkan lebih banyak UMKM lainnya.

UCAPAN TERIMA KASIH

Ucapan terima kasih kepada Direktorat Riset, Teknologi, dan Pengabdian kepada Masyarakat (DRTPM) Kementerian Pendidikan, Kebudayaan, Riset, Dan Teknologi, atas hibah pengabdian yang telah diberikan kepada kami. Selanjutnya kepada pimpinan maupun civitas Universitas Muhammadiyah Palopo untuk dukungan dalam pelaksanaan pengabdian ini. Ucapan terima kasih juga kepada Usaha Coklat Chalodo yang telah bersedia menjadi mitra kami.

DAFTAR PUSTAKA

- Acs, Z., Audretsch., & David B. (2010). *Innovation and Small Firms*. The MIT Press.
- Bidasari B, S. S., Goso G, Hamid RSH. (2023). Peran Literasi Keuangan dan Literasi Digital dalam Meningkatkan Kinerja UMKM. *Owner: Riset dan Jurnal Akuntansi*, 7(2), 1635-1645.
- Brigham, E. F., & Ehrhardt, M. C. (2016). *Financial Management: Theory & Practice*. Cengage Learning. <https://books.google.co.id/books?id=yL4aCgAAQBAJ>
- Chaffey, D., & Ellis-Chadwick, F. (2019). *Digital marketing*. Pearson uk.
- Chaffey, D., & Smith, P. R. (2022). *Digital marketing excellence: planning, optimizing and integrating online marketing*. Taylor & Francis.
- Demirgüç-Kunt, A., Klapper, L. F., Singer, D., & Van Oudheusden, P. (2015). The global finindex database 2014: Measuring financial inclusion around the world. *World Bank Policy Research Working Paper*(7255).
- Hamid, R. S., Anwar, S. M., Ukkas, I., & Goso, G. (2023). Diversifikasi Sebagai Strategi Keberlanjutan Program Kewirausahaan Berbasis Digital. *Jurnal Fokus Manajemen Bisnis*, 13(1), 1-13.
- Harto, B., Komalasari, R., & Mustofa, R. (2021). Peningkatan Kapasitas Dan Kapabilitas Pengelolaan Keuangan Berbasis Aplikasi Excel dan Sesuai Sak EMKM Pada UMKM Moochi Lembang. *Ikra-lth Abdimas*, 4(1), 47-54.
- Jasa Keuangan, O. (2020). Indonesia Digital Finance Innovation Roadmap and Action Plan (2020-2024)(2020)(Indonesian).
- Kotler, P., Kartajaya, H., & Setiawan, I. (2016). *Marketing 4.0: moving from Traditional to Digital*. John Wiley & Sons.
- Maesaroh, S. S., Nuryadin, A., Prasetyo, Y., & Swardana, A. (2021). Pelatihan Manajemen Keuangan Berbasis Digital pada UMKM Kota Tasikmalaya. *Jurnal Abmas Negeri (JAGRI)*, 2(2), 86-93.
- Ryan, D. (2016). *Understanding digital marketing: marketing strategies for engaging the digital generation*. Kogan Page Publishers.
- Supri, Z., Kurniadi, W., Sudirman, R., & Goso, G. (2023). SIKENA: Digitalization of BUMDes management in Mario Village. *Community Empowerment*, 8(6), 781-786.
- Tuten, T. L., & Solomon, M. R. (2017). *Social media marketing*. Sage.
- Ziakas, V. (2018). *The Routledge handbook of popular culture and tourism*. Routledge.