

UMKM Go To Digital: Transformasi Bisnis di Era Digital pada UMKM Kota Jambi

Dedi Handoko¹, Anel Hopi Candra², Pramesti Nurul Adinda³ Dila Nurlaila⁴

¹Program Studi Teknologi Rekayasa Logistik, Politeknik Jambi

^{2,4}Program Studi Bisnis Digital, Politeknik Jambi

¹dedi.handoko@politeknikjambi.ac.id, ²andel@politeknikjambi.ac.id,

³pnadinda@politeknikjambi.ac.id, ⁴dila.nurlaila@politeknikjambi.ac.id

Abstrak

Tulisan ini menguraikan pelaksanaan pelatihan transformasi digital bagi 60 pelaku UMKM di berbagai wilayah Kota Jambi. Pelatihan difokuskan pada tiga topik utama: (1) penerapan Bisnis Digital dan peningkatan legalitas usaha melalui pendaftaran NIB (Nomor Induk Berusaha) via OSS; (2) pencatatan keuangan digital menggunakan aplikasi BukuKas; dan (3) strategi konten promosi digital melalui media sosial. Metodologi kegiatan berupa sosialisasi dan workshop interaktif yang meliputi ceramah, simulasi langsung, serta evaluasi berbasis pre-test dan post-test literasi digital. Hasilnya, mayoritas peserta melaporkan peningkatan pemahaman dan praktik nyata pasca pelatihan: misalnya 80% peserta berhasil mendaftar NIB sendiri, 88% rutin mencatat keuangan digital, dan 75% aktif membuat konten promosi (Tabel 1). Skor rata-rata literasi digital peserta juga meningkat signifikan dari pre-test ke post-test (Gambar 1). Analisis menunjukkan bahwa intervensi edukatif terstruktur dapat mempercepat adopsi teknologi digital bagi UMKM. Penerapan OSS untuk NIB serta aplikasi BukuKas terbukti efektif mendukung formalitas usaha dan pencatatan keuangan yang lebih baik.

Kata Kunci : UMKM, Digitalisasi, Keuangan Digital, NIB, Media Sosial

Abstract

This writing outlines the implementation of a digital transformation training program for 60 MSME (Micro, Small, and Medium Enterprises) business owners in various regions of Jambi City. The training focused on three main topics: (1) the application of digital business and improving business legality through NIB (Business Registration Number) registration via OSS; (2) digital financial recording using the BukuKas application; and (3) digital promotion content strategies through social media. The methodology consisted of interactive socialization and workshops that included lectures, direct simulations, and evaluations based on pre- and post-tests of digital literacy. The results show that the majority of participants reported an increase in understanding and practical application after the training: for instance, 80% of participants successfully registered for their own NIB, 88% regularly record their finances digitally, and 75% are actively creating promotional content (Table 1). The average digital literacy score of participants also increased significantly from the pre-test to the post-test (Figure 1). The analysis indicates that a structured educational intervention can accelerate the adoption of digital technology for MSMEs. The application of OSS for NIB and the BukuKas application proved effective in supporting business formality and better financial recording.

Keyword : MSMEs, Digitalization, Digital Finance, NIB, Social Media

1. PENDAHULUAN

Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah (UMKM) memegang peranan penting dalam struktur perekonomian Indonesia, berkontribusi secara signifikan terhadap produk domestik bruto (PDB) dan penyerapan tenaga kerja. Namun, di tengah pesatnya perkembangan ekosistem digital, banyak UMKM masih menghadapi tantangan substansial dalam mengadopsi teknologi untuk meningkatkan efisiensi dan daya saing mereka. Salah satu kendala utama yang sering diidentifikasi adalah rendahnya literasi

digital, yang menghambat kemampuan pelaku UMKM untuk mengakses layanan formal yang kini beralih ke ranah daring.

Dalam konteks perizinan, Kepala UKM Center FEB Universitas Indonesia (2022), menyatakan bahwa pemahaman digital yang memadai menjadi prasyarat bagi UMKM untuk dapat mengakses sistem OSS yang telah disediakan oleh pemerintah, yang pada akhirnya akan memudahkan mereka dalam memperoleh Nomor Induk Berusaha (NIB). Data survei yang dilakukan oleh UKM Center FEB UI juga menunjukkan bahwa tantangan terbesar dalam penerapan kebijakan ini adalah memberikan pemahaman yang komprehensif kepada pelaku UMKM yang umumnya memiliki tingkat pendidikan yang terbatas. Lebih lanjut, Bowo et al. (2023) dan Halimah et al. (2017) menjelaskan bahwa kepemilikan NIB merupakan prasyarat penting untuk mendapatkan akses ke pembiayaan, program pelatihan, dan perlindungan hukum.

Selain aspek legalitas, pencatatan keuangan yang teratur dan akurat juga menjadi tantangan klasik bagi UMKM. Banyak pelaku usaha masih menggunakan metode manual yang rentan terhadap kesalahan dan membuat mereka kesulitan untuk melacak kinerja bisnis secara real-time, seperti menghitung margin keuntungan (Miranda et al., 2022). Berbagai studi pengabdian masyarakat telah menunjukkan bahwa pengenalan dan penerapan aplikasi pencatatan keuangan digital, seperti BukuKas, dapat menjadi solusi efektif untuk menyederhanakan proses pembukuan UMKM (Fitriana et al., 2023; Wijaya et al., 2021). Penelitian oleh Aryanto et al. (2023) dan Sukaemi et al. (2023) juga mendukung bahwa digitalisasi akuntansi dapat menyederhanakan proses manual menjadi lebih sistematis dan mudah bagi UMKM.

Di sisi lain, adopsi teknologi juga mencakup strategi pemasaran digital. Media sosial dan platform pemetaan seperti *Google Maps* menawarkan sarana promosi yang efisien dan dengan biaya yang relatif rendah (Ardimansyah & Tandra, 2024; Putra, 2022; Rahmiyanti et al., 2023). Namun, potensi pasar digital tidak akan optimal tanpa strategi konten yang tepat (Ardimansyah & Tandra, 2024; Riwoe & Mulyana, 2022). Tinjauan literatur sistematis oleh Ardimansyah dan Tandra (2024) menunjukkan bahwa adopsi pemasaran melalui media sosial dapat secara signifikan meningkatkan kinerja UMKM, memperluas jangkauan pasar, dan meningkatkan penjualan. Oleh karena itu, peningkatan literasi pemasaran digital dan kemampuan menciptakan konten kreatif menjadi kunci untuk memperkuat daya saing UMKM di tengah persaingan pasar yang semakin ketat.

Berangkat dari tantangan-tantangan tersebut, kegiatan pengabdian masyarakat ini dirancang untuk memberikan solusi praktis bagi UMKM di Kota Jambi. Tujuan utama dari inisiatif ini adalah untuk meningkatkan kapasitas pelaku UMKM dalam tiga area krusial: legalitas usaha melalui pendaftaran NIB, manajemen keuangan dengan aplikasi digital, dan promosi melalui media sosial. Pendekatan ini dipilih untuk mengatasi kesenjangan yang ada dan mendorong transformasi UMKM Kota Jambi agar menjadi lebih formal, produktif, dan kompetitif.

2. METODE

Kegiatan pengabdian masyarakat ini menerapkan pendekatan lokakarya dan pendampingan yang partisipatif, yang dianggap sebagai metodologi yang paling efektif untuk meningkatkan kapasitas individu dewasa dalam lingkungan yang berorientasi pada praktik (Bowo et al., 2023; Halimah et al., 2017). Pendekatan ini memberikan ruang bagi keterlibatan aktif peserta, mengubah proses pembelajaran dari sekadar penerimaan informasi pasif menjadi pengalaman praktik langsung yang memfasilitasi pemahaman yang lebih mendalam.

Peserta Kegiatan

Kegiatan ini melibatkan 60 pelaku UMKM dari berbagai sektor di Kota Jambi, termasuk kuliner, kerajinan, dan fesyen. Seleksi peserta dilakukan setelah proses sosialisasi yang diselenggarakan di enam kelurahan berbeda. Kriteria seleksi utama mencakup pelaku usaha yang telah beroperasi minimal satu

tahun, belum memiliki NIB, serta belum mengadopsi aplikasi pencatatan keuangan digital dan media sosial untuk promosi secara konsisten.

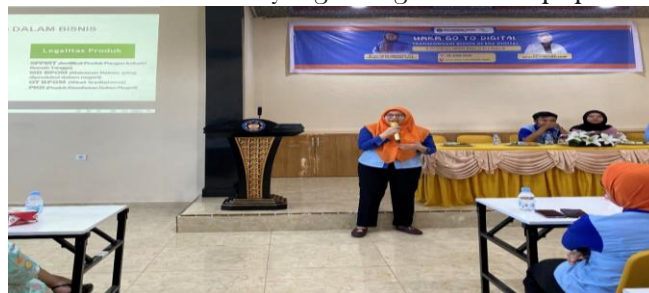
Sebelum pelatihan, seluruh peserta mengikuti survei awal (*pre-test*) untuk mengukur tingkat literasi digital mereka, pemahaman tentang legalitas usaha, dan kemampuan dasar dalam pencatatan keuangan. Hasil survei awal ini berfungsi sebagai data dasar yang akan digunakan untuk membandingkan peningkatan pengetahuan dan keterampilan setelah kegiatan (*post-test*).

Rangkaian Kegiatan

Pelatihan dilaksanakan selama satu hari penuh di Aula Politeknik Jambi dengan jadwal terstruktur agar seluruh materi dapat tersampaikan secara menyeluruh namun tetap aplikatif. Rangkaian kegiatan terdiri dari tiga sesi utama, yaitu:

Sesi I – Legalitas Usaha dan Pendaftaran NIB

Pada sesi pertama, dimulai dengan materi mengenai pentingnya NIB sebagai identitas resmi usaha yang diperlukan untuk memperoleh akses pembiayaan, memperluas jaringan kemitraan, serta sebagai salah satu prasyarat mengikuti berbagai program pemerintah maupun swasta untuk keberlanjutan usaha (Halimah et al., 2017; Bowo et al., 2023). Narasumber kemudian memandu peserta dalam simulasi pendaftaran NIB secara *real-time* melalui platform OSS, memungkinkan mereka untuk memahami alur teknis hingga proses penerbitan sertifikat. Pendampingan langsung oleh tim fasilitator sangat krusial dalam sesi ini untuk mengatasi hambatan teknis yang mungkin dihadapi peserta.



Gambar 1. Pelatihan Legalitas Usaha (NIB)

Sesi II – Pencatatan Keuangan Digital

Sesi kedua, peserta diperkenalkan dengan aplikasi BukuKas sebagai alat untuk menyederhanakan pembukuan (Fitriana et al., 2023; Wijaya et al., 2021). Mereka dilatih untuk mencatat transaksi harian, mengelola arus kas, dan membuat laporan laba-rugi sederhana secara otomatis. Praktik ini menggunakan data transaksi aktual dari usaha masing-masing peserta agar pembelajaran menjadi lebih relevan dan kontekstual.



Gambar 2. Pelatihan Keuangan Digital

Sesi III – Strategi Promosi Digital dan Konten Media Sosial

Sesi terakhir berfokus pada pengembangan keterampilan pemasaran digital. Peserta belajar tentang teknik copywriting dan penggunaan aplikasi desain grafis seperti Canva untuk menciptakan konten promosi visual. Di akhir sesi, mereka diarahkan untuk menghasilkan minimal satu konten promosi yang siap untuk dipublikasikan di platform media sosial seperti Instagram dan Google Maps (Ardimansyah & Tandra, 2024; Putra, 2022).

Metode penyampaian materi dalam seluruh rangkaian kegiatan menggunakan kombinasi ceramah interaktif, diskusi kelompok, demonstrasi, dan praktik langsung. Setiap sesi selalu diakhiri dengan praktik aplikatif agar peserta memiliki pengalaman konkret yang dapat diimplementasikan setelah kegiatan selesai.



Gambar 3. Pelatihan Media Sosial

Instrumen Evaluasi

Evaluasi kegiatan dilakukan dengan mengukur beberapa indikator utama, antara lain:

- Pendaftaran NIB → persentase peserta yang berhasil mendaftarkan NIB secara mandiri melalui OSS dalam waktu satu minggu setelah pelatihan.
- Penggunaan aplikasi pencatatan keuangan → jumlah peserta yang rutin mencatat transaksi usaha menggunakan aplikasi BukuKas atau aplikasi serupa.
- Pembuatan dan publikasi konten promosi → jumlah peserta yang secara aktif membuat serta mempublikasikan konten di media sosial setelah pelatihan.

Selain indikator praktis tersebut, peningkatan pengetahuan peserta juga diukur melalui perbandingan hasil pre-test dan post-test. Aspek literasi digital yang diukur meliputi pemahaman teknis penggunaan platform digital (OSS, aplikasi keuangan, media sosial), kemampuan instalasi aplikasi, input data transaksi, hingga publikasi konten promosi.

Data hasil evaluasi dikumpulkan melalui kuesioner, observasi lapangan, serta wawancara singkat dengan peserta. Analisis dilakukan menggunakan pendekatan deskriptif kuantitatif, yaitu dengan membandingkan capaian peserta sebelum dan sesudah pelatihan. Hasil capaian kemudian disajikan dalam bentuk tabel dan grafik perbandingan, sehingga peningkatan kompetensi peserta dapat terlihat secara lebih sistematis, terukur, dan transparan.

3. HASIL DAN PEMBAHASAN

Pelaksanaan lokakarya “UMKM Go To Digital” berlangsung sukses dan dihadiri oleh seluruh 60 peserta UMKM. Partisipasi aktif mereka sangat menentukan keberhasilan kegiatan ini.

NIB dan Legalitas Usaha

Dari 60 peserta, sebanyak 48 pelaku UMKM, atau 80%, berhasil memperoleh NIB secara mandiri melalui sistem OSS dalam kurun waktu satu minggu setelah pelatihan. Tingkat keberhasilan ini sangat tinggi, menunjukkan bahwa pendekatan pendampingan langsung dan penyediaan akses komputer di

lokasi berhasil mengatasi hambatan teknis dan administratif yang seringkali dihadapi UMKM. Hasil ini konsisten dengan temuan studi serupa seperti yang dilakukan oleh Bowo et al. (2023) dan Halimah et al. (2017) di mana pelatihan terstruktur mampu meningkatkan kemampuan UMKM dalam mengurus legalitas usaha.

Analisis lebih lanjut menunjukkan bahwa peningkatan pemahaman tentang pentingnya legalitas usaha juga signifikan. Pengamatan ini sejalan dengan hasil pengabdian di Jakarta yang dilaporkan oleh Bowo et al. (2023), yang mana pendampingan OSS mampu mendorong 70% peserta untuk mulai mengurus legalitas usahanya setelah pelatihan. Penemuan ini memperkuat argumen bahwa edukasi yang disertai dengan praktik langsung adalah kunci untuk menjembatani kesenjangan antara kebijakan pemerintah dan implementasi di tingkat UMKM.

Pencatatan Keuangan Digital

Tercatat sebanyak 53 peserta (88%) mulai aktif melakukan pencatatan keuangan digital menggunakan aplikasi BukuKas setelah pelatihan. Setelah sesi praktik, mayoritas peserta melaporkan bahwa mereka dapat dengan mudah mengoperasikan fitur-fitur utama aplikasi dan menyusun laporan keuangan sederhana seperti laporan pendapatan dan pengeluaran. Temuan ini didukung oleh berbagai studi, seperti yang dilakukan oleh Fitriana et al. (2023), Miranda et al. (2022), dan Sihombing et al. (2022) yang melaporkan bahwa sosialisasi aplikasi digital seperti BukuKas sangat membantu UMKM dalam menyederhanakan proses pembukuan manual.

Penerapan aplikasi ini berdampak positif pada peningkatan literasi keuangan digital UMKM. Banyak pelaku usaha kini dapat melacak penjualan dan mengelola persediaan dengan lebih efektif. Kemampuan ini memiliki implikasi yang lebih luas, sebagaimana dijelaskan oleh Ardiansyah dan Rahayu (2024), yang menunjukkan bahwa literasi keuangan digital sangat krusial bagi keberlanjutan usaha mikro di era ekonomi digital. Hal ini diperkuat oleh Rasyid et al. (2024) yang menyoroti bagaimana optimalisasi pencatatan keuangan digital dapat meningkatkan pengelolaan keuangan UMKM secara keseluruhan.

Konten Promosi Digital

Sebanyak 45 peserta (75%) berhasil membuat dan mempublikasikan konten promosi produk mereka di media sosial dan/atau Google Maps dalam seminggu setelah kegiatan. Hasil ini sejalan dengan laporan studi oleh Sucipto et al. (2025), yang menunjukkan bahwa pelatihan literasi digital berhasil mendorong partisipan UMKM untuk memanfaatkan platform seperti Google Maps dan media sosial untuk mempromosikan usaha mereka. Penelitian serupa oleh Putra (2022), Rahmiyanti et al. (2023), dan Riwoe & Mulyana (2022) juga menunjukkan keberhasilan program pendampingan yang berfokus pada pemasaran digital untuk meningkatkan jangkauan pasar dan penjualan UMKM.

Secara kualitatif, peserta menunjukkan peningkatan kesadaran akan pentingnya promosi digital. Mereka mampu membuat foto atau video produk sederhana yang disertai dengan *caption* menarik dan tagar relevan. Tinjauan literatur sistematis oleh Ardiansyah dan Tandra (2024) juga menegaskan bahwa adopsi pemasaran melalui media sosial dapat meningkatkan kinerja UMKM dengan memperluas jangkauan pasar dan meningkatkan penjualan. Peningkatan ini juga tercermin dalam kenaikan rata-rata skor literasi digital peserta dari pra-tes ke pasca-tes, yang menunjukkan bahwa intervensi edukatif terstruktur mampu mempercepat adopsi teknologi oleh UMKM (Sucipto et al., 2025).

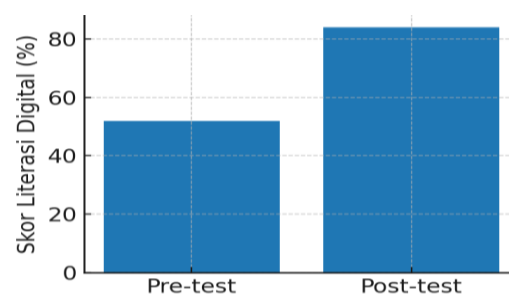
Keberhasilan program ini tidak hanya terletak pada capaian di setiap pilar secara terpisah, melainkan pada sinergi holistik yang tercipta. Ketiga aspek—legalitas, keuangan digital, dan promosi digital—saling melengkapi untuk menciptakan ekosistem bisnis yang lebih kuat bagi UMKM. Legalitas melalui NIB meningkatkan kredibilitas dan formalitas usaha, yang seringkali menjadi prasyarat untuk

kemitraan bisnis dan akses pembiayaan. Pembukuan yang teratur dengan BukuKas menyediakan data manajerial yang valid, yang diperlukan untuk pengambilan keputusan dan laporan kepada pihak eksternal (Ardiansyah & Rahayu, 2024). Sementara itu, strategi promosi digital memperluas jangkauan pasar UMKM, memungkinkan mereka untuk terhubung dengan konsumen yang lebih luas tanpa batasan geografis (Ardimansyah & Tandra, 2024).

Pendekatan partisipatif yang menekankan pada praktik langsung menjadi kunci keberhasilan yang krusial. Pendampingan personal yang diberikan oleh tim fasilitator di lokasi telah berhasil mengatasi hambatan praktis seperti keterbatasan perangkat dan kurangnya pemahaman teknis, yang seringkali menjadi kendala utama dalam program pelatihan serupa. Gambar 4 membandingkan skor literasi digital sebelum dan sesudah pelatihan, menegaskan efektivitas pelatihan.

Tabel 1. Capaian Pelatihan

Aspek	Jumlah Peserta	Persentase
Berhasil mendaftar NIB	48	80%
Aktif mencatat keuangan	53	88%
Membuat konten promosi digital	45	75%

**Gambar 4. Perbandingan Pre-test dan Post-test Literasi Digital**

Capaian ini memperkuat bukti bahwa dengan dukungan yang tepat, UMKM di Kota Jambi memiliki kapasitas untuk mengadopsi teknologi digital, meningkatkan kepercayaan diri, dan menjadi lebih kompetitif baik di tingkat lokal maupun nasional.

4. KESIMPULAN

Pelatihan “UMKM Go To Digital” di Kota Jambi berhasil meningkatkan literasi dan adopsi Kegiatan pengabdian masyarakat “UMKM Go To Digital” di Kota Jambi berhasil mendorong adopsi teknologi dan meningkatkan literasi digital di kalangan pelaku UMKM. Tingkat keberhasilan yang dicapai sangat menggembirakan, dengan 80% peserta berhasil memperoleh NIB secara mandiri, 88% aktif dalam pencatatan keuangan digital, dan 75% berhasil menciptakan konten promosi yang siap digunakan.

Kunci dari keberhasilan ini adalah pendekatan pelatihan yang terstruktur, pendampingan yang intensif dan berfokus pada praktik, serta materi yang relevan dengan kebutuhan praktis UMKM, seperti yang juga disarankan oleh Sucipto et al. (2025). Keberhasilan dalam tiga pilar ini—legalitas, manajemen keuangan, dan promosi—secara sinergis memperkuat fondasi bisnis UMKM secara holistik. Intervensi semacam ini tidak hanya meningkatkan kemampuan individu, tetapi juga mendorong formalitas dan efisiensi operasional usaha. Sebagai rekomendasi untuk masa depan, program serupa sangat dianjurkan untuk dilaksanakan secara berkelanjutan dengan kolaborasi multi-pihak yang kuat, melibatkan pemerintah, akademisi, dan sektor industri (Sucipto et al., 2025). Kolaborasi ini penting untuk memastikan dukungan infrastruktur digital yang merata dan menciptakan ekosistem yang kondusif bagi pertumbuhan UMKM yang tangguh di era digital.

5. UCAPAN TERIMA KASIH

Penulis menyampaikan penghargaan yang setinggi-tingginya kepada seluruh pihak yang terlibat, termasuk Dinas Koperasi dan UKM Kota Jambi atas fasilitasi yang diberikan, mitra instruktur dari kalangan praktisi teknologi, serta para pelaku UMKM yang telah berpartisipasi dengan antusiasme tinggi.

6. DAFTAR PUSTAKA

- Ardiansyah, H., & Rahayu, P. (2024). Analisis literasi keuangan digital pada UMKM di era ekonomi 5.0. *Jurnal Bisnis dan Teknologi*, 6(1), 12-24.
- Ardimansyah, H., & Tandra, H. (2024). Adopsi social media marketing oleh usaha mikro kecil menengah (UMKM) di Indonesia: Tinjauan literatur sistematis. Dalam *Prosiding Management Business Innovation Conference (MBIC)* (Vol. 7, hlm. 183-199).
- Aryanto, A., Hanum, N., & Syaefudin, R. (2023). Peningkatan kualitas penyusunan laporan keuangan manual menjadi digitalisasi akuntansi sederhana pada pelaku UMKM di Kabupaten Serang. *Jurnal Bakti Masyarakat Indonesia*, 4(1), 92-101.
- Bowo, A., dkk. (2023). Pelatihan soft skills dan legalitas usaha sebagai strategi peningkatan kapasitas UMKM. *Jurnal Progresif Manajemen & Bisnis*, 5(2), 104-117.
- Fitriana, A., Tyas, K. Z., Arofah, A. A., & Wirawan, N. B. (2023). Sosialisasi buku kas sebagai solusi pembukuan keuangan digital UMKM Desa Banjaran Kabupaten Purbalingga. *Jurnal Pengabdian LPPM Untan*, 6(2), 35-52.
- Halimah, L., Nasim, E. S., Tripalupi, R. I., Effendi, M., & Ichtat, H. Q. (2017). Pelatihan pembuatan nomor induk berusaha bagi UMKM guna memiliki legalitas usaha di Desa Gadobangkong Bandung Barat. *Jurnal Pengabdian Masyarakat (JPM)*, 3(3), 50-57.
- Miranda, A., Aprilina, V., & Qintharah, Y. N. (2022). Pelatihan pembukuan aplikasi Bukukas bagi pelaku usaha di Desa Kutamukti. *NEAR: Jurnal Pengabdian kepada Masyarakat*, 2(1), 10-16.
- Murad, Z. K. N. (2022, 26 September). UKM Center UI: Literasi digital jadi tantangan UMKM urusan izin usaha. *ANTARA News*.
- Putra, E. Y. (2022). Application of digital marketing to UMKM Grind Now Slow Bar in using social media and e-commerce. *MOVE: Journal of Community Service and Engagement*, 1(4), 106-113.
- Rahmiyanti, S., Arianto, B., & Handayani, B. (2023). Pemanfaatan media sosial bagi penguatan bisnis UMKM di Desa Petir Kabupaten Serang. *Jurnal Pengabdian Dharma Wacana*, 4(1), 44-58.
- Rasyid, R. K., Sujaya, K., & Fauziyah, A. (2024). Optimalisasi pengelolaan keuangan melalui penerapan aplikasi pencatatan keuangan digital pada Usaha Dapoer Mom's Arum. *Management Studies and Entrepreneurship Journal (MSEJ)*, 5(2), 5557-5568.
- Riwoe, F. L. R., & Mulyana, M. (2022). Pendampingan penggunaan social media marketing bagi UMKM Kota Bogor. *Jurnal Abdimas Dedikasi Kesatuan*, 3(1), 25-32.
- Sihombing, R. A., Natsir, F., & Anggraeni, N. K. P. (2022). Pemanfaatan aplikasi Buku Kas dalam pengelolaan keuangan pada Dasawisma RT 10 RW 02 Tj. Barat. *Kapas: Kumpulan Artikel Pengabdian Masyarakat*, 1(2), 115-122.
- Sukaemi, L. H., Muharam, I. S., & Kamilah, H. F. (2023). Pemanfaatan software pembukuan akuntansi sebagai solusi atas sistem pembukuan manual pada UMKM. *Jurnal Neraca: Jurnal Pendidikan dan Ilmu Ekonomi Akuntansi*, 4(2), 172.
- Sucipto, K. R. R., Aras, R. A., Salam, M. F., Rahmawati, A., Afrizal, Y. H., & Rijal, S. (2025). UMKM Go Digital: Peningkatan literasi digital UMKM Kota Makassar pemanfaatan Google Maps dan media sosial. *Jurnal Pengabdian Kepada Masyarakat Nusantara*, 6(3), 3731-3737.
- Wijaya, R. S., Sartika, D., & Nini. (2021). Sosialisasi aplikasi Buku Kas solusi pembukuan keuangan digital bagi UMKM Lubuk Minturun. Dalam *Prosiding PKM-CSR* (Vol. 4, hlm. 1165-1170).