



Digitalisasi Umkm dan Peningkatan Literasi Keuangan Pada UMKM

Imelda Dian Rahmawati¹, Sumarno², Dewi Komala Sari³

^{1,2,3} Universitas Muhammadiyah Sidoarjo, Sidoarjo, Indonesia

email: imeldadian@umsida.ac.id

ABSTRAK

Tujuan kegiatan ini adalah untuk membantu mitra mampu mengelola manajemen usaha lebih baik dan mampu meningkatkan kemampuan Mitra UMKM dalam hal digitalisasi bidang akuntansi dan marketing atas produk-produk yang dihasilkan yang berpotensi berkembang lebih besar sehingga berdampak pada kesejahteraan Mitra dan masyarakat sekitarnya. Peningkatan manajemen usaha ini meliputi aspek keuangan, *marketing* dan peningkatan *financial literacy* yang memadai. Hasil menunjukkan bahwa Respon peserta terhadap acara pelatihan Digitalisasi dan Peningkatan Literasi Keuangan UMKM dapat sangat baik. UMKM merasa perlu menguasai teknologi untuk mendukung usahanya lebih berkembang. Peserta yang awalnya belum mempunyai literasi keuangan yang memadai dan penggunaan teknologi digital yang sangat membantu usahanya menjadi lebih mudah dan bisa dikenal seluruh masyarakat dunia sangat antusias, dan menjadikan pemahaman tentang digitalisasi dan literasi keuangan semakin baik.. Tantangan selanjutnya adalah UMKM harus selalu update terhadap perkembangan teknologi dan mampu mengimplementasikannya dengan baik setelah mengikuti pelatihan. Karena perkembangan dan penggunaan teknologi kedepan adalah suatu keniscayaan, bukan yang besar mengalahkan yang kecil tapi mereka yang cepat akan mengalahkan yang lambat.

Kata Kunci: Digitalisasi; UMKM; Peningkatan Literasi; Financial Literacy

ABSTRACT

The aim of this activity is to help partners be able to manage business management better and be able to improve the capabilities of MSME Partners in terms of digitizing the accounting and marketing fields for the products they produce which have the potential to develop more and thus have an impact on the welfare of Partners and the surrounding community. This improvement in business management includes aspects of finance, marketing and increasing adequate financial literacy. The results show that the participants' response to the Digitalization and Increasing Financial Literacy training event for MSMEs was very good. MSMEs feel the need to master technology to support their business to develop further. Participants who initially did not have adequate financial literacy and the use of digital technology which really helped make their business easier and could be known throughout the world were very enthusiastic, and made their understanding of digitalization and financial literacy better. The next challenge is that MSMEs must always be updated on developments. technology and be able to implement it well after attending training. Because the development and use of technology in the future is a necessity, it is not that the big will beat the small, but those who are fast will beat those who are slow..

Keywords: Digitalization; MSMEs; Increased Literacy; Financial Literacy

PENDAHULUAN

Usaha Mikro Kecil dan Menengah (UMKM) mempunyai peran penting bagi suatu daerah bahkan negara. UMKM dapat menggerakkan perekonomian dan penciptaan lapangan kerja. Survei nasional tentang literasi keuangan yang dilaksanakan OJK pada November 2022 sebesar 49,68%. Angka ini menunjukkan peningkatan dibandingkan dengan tahun 2019 sebesar 38,03%. Berdasarkan perbandingan strata wilayah pedesaan 48,43% dibandingkan perkotaan 50,52% (<https://ojk.go.id/id/>, 2022). Di tahun 2023 ini OJK dan pemerintah fokus meningkatkan literasi keuangan, dengan sasaran prioritas adalah pelajar/santri, UMKM, penyandang disabilitas dan daerah 3 T (Sarfiah et al., 2019). Perhatian khusus terhadap literasi keuangan diakibatkan oleh keinginan Pemerintah untuk memiliki penduduk yang berkualitas dan memiliki kecerdasan finansial yang baik, sehingga akan berdampak pada perbaikan roda ekonomi suatu daerah. Pada masa sekarang ini literasi keuangan merupakan hal yang penting dan menjadi kebutuhan bagi masyarakat secara meluas, sehingga masyarakat dituntut harus memahami literasi keuangan tersebut. Khususnya UMKM memiliki jumlah dan potensi besar dalam menyerap tenaga kerja, kontribusinya dalam PDRB juga cukup besar (Anisyah et al., 2021).

Literasi keuangan dapat diartikan sebagai tingkat pengetahuan, keterampilan, dan kepercayaan diri. Tingkat pengetahuan tersebut akan mempengaruhi attitude dan perilaku sehingga meningkatkan kualitas pengambilan keputusan dan pengelolaan keuangan sehingga mencapai kesejahteraan (Sanistasya et al., 2019). Menurut (Septiani & Wuryani, 2020) literasi keuangan dapat membantu pemilik usaha memperoleh pengetahuan keuangan dan keterampilan yang diperlukan untuk perencanaan bisnis, memulai rencana keuangan dan membuat investasi strategis. Kinerja UMKM akan meningkat secara signifikan apabila pelaku UMKM terus meningkatkan literasi keuangan (Dermawan, 2019). Pada prakteknya literasi keuangan menjadi salah satu faktor penting dalam menentukan tingkat keberhasilan dan keberlangsungan perekonomian bagi masyarakat luas suatu daerah demi meningkatkan kesejahteraannya, terutama bagi pelaku usaha di Indonesia seperti UMKM (Usaha Mikro Kecil Menengah) (Tayibnaps, 2020). Digitalisasi UMKM yang diusulkan pada program pengabdian masyarakat ini terdiri dari digitalisasi Akuntansi/pembukuan dan Marketing serta perbaikan manajemen bisnis. Digitalisasi UMKM ini selaras dengan program Bank Indonesia yaitu Go Digital Strategi memperkuat UMKM (Sarfiah et al., 2019). Akselerasi digitalisasi UMKM dilakukan guna memperluas akses pasar serta meningkatkan daya saing. Harapannya dapat mendorong UMKM yang lebih kuat, meningkatkan kapasitas produksi, efisiensi biaya, serta perluasan pasar. Salah satu implementasi program dari ketiga pilar pengembangan UMKM adalah melalui Program Digitalisasi UMKM (Barlow, 2015).

Kegiatan "Pelatihan Digitalisasi Peningkatan Literasi dan Keuangan UMKM program Hibah PKM Kemendikburistek Skema Pemberdayaan Masyarakat" merupakan salah satu langkah yang dilakukan oleh Tim Pengabdian yakni Dosen Universitas Muhammadiyah Sidoarjo dalam mendukung perkembangan UMKM (Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah) di wilayah Sidoarjo, dengan fokus pada digitalisasi usaha dan peningkatan literasi keuangan.

UMKM memiliki peran yang sangat penting dalam perekonomian negara kita. Mereka tidak hanya menciptakan lapangan kerja, tetapi juga menjadi tulang punggung pertumbuhan ekonomi yang berkelanjutan (Rifa'i, 2010). Namun, tantangan yang dihadapi oleh UMKM tidak dapat diabaikan. Salah satunya adalah mengikuti perkembangan teknologi digital yang semakin pesat, misalnya semakin banyaknya e-commerce yang membantu para UMKM Sidoarjo agar bisa mengembangkan usahanya dan lebih dikenal oleh seluruh Masyarakat Sidoarjo. Oleh karena itu, pelatihan digitalisasi ini menjadi suatu keharusan untuk membantu UMKM bersaing dalam era digital.

Selain itu, literasi keuangan juga menjadi faktor penentu keberhasilan UMKM. Kemampuan untuk mengelola keuangan dengan baik, memahami konsep perencanaan keuangan, dan mengambil keputusan finansial yang bijak sangat krusial dalam menjaga stabilitas dan pertumbuhan usaha (Arianto, 2020). Oleh karena itu, kami mengadakan pelatihan literasi keuangan sebagai bagian integral dari kegiatan ini. Laporan ini mencakup berbagai aspek kegiatan, termasuk rincian agenda, peserta, materi pelatihan, dan hasil yang telah kami capai. Kami juga akan mengevaluasi dampak kegiatan ini terhadap peserta serta memberikan rekomendasi untuk langkah selanjutnya. Semua informasi yang terdapat dalam laporan ini disajikan dengan tujuan memberikan gambaran yang komprehensif tentang pelatihan ini (Bappenas, 2014).

Setelah dilakukan observasi langsung dan wawancara diperoleh informasi bahwa mitra menghadapi beberapa permasalahan, yaitu :

1. Mitra belum memiliki pencatatan usaha/pembukuaan akuntansi yang standar. Pencatatan transaksi masih dilakukan dengan manual sehingga mengalami kesulitan dalam mengetahui laporan keuangan secara keseluruhan, termasuk berapa laba yang diperoleh, menghitung persediaan bahan baku dan menghitung harga pokok produksi per barang.
2. Wawasan tentang pengelolaan keuangan usaha yang terbatas. Hal ini berakibat perencanaan keuangan dan pengembangan usaha yang bersifat strategis masih belum dilakukan.
3. Sulitnya mengakses permodalan dan pembiayaan karena belum *bankable*. Merasa kesulitan jika harus menggunakan akuntansi dalam bisnisnya. Hal ini dikarenakan keterbatasan kemampuan SDM dan teknologi.

Melakukan pemasaran secara digital (*digital marketing*) untuk membantu usaha Mitra agar dapat dikenal diberbagai produk *google*. Digital marketing ini bermanfaat bagi Mitra untuk menjangkau pasar yang lebih luas dan tidak terbatas, hal ini akan memiliki kesempatan besar mendapatkan angka penjualan maksimal, meningkatkan layanan real time bagi konsumen, meningkatkan keuntungan yang lebih besar.

METODE

Metode pelaksanaan Pengabdian Masyarakat dengan skema kemitraan ini dilakukan tim pengusul melalui beberapa tahap, yaitu :

1. Melakukan peninjauan lapangan dan berkoordinasi dengan mitra. Dalam hal ini tim pengusul melakukan survey ke UMKM yang ada di Sidoarjo. Pada tahap awal ini Mitra akan menyampaikan kendala-kendala yang dihadapi selama menjalankan usahanya.
2. Tim pengusul melakukan diskusi dan wawancara dengan Mitra tentang permasalahan yang dihadapi oleh UMKM tersebut. Permasalahan akan ditampung oleh tim dan dilakukan mapping untuk dibuat skala prioritas yang sesuai dengan kompetensi tim pengusul.
3. Setelah penetapan skala prioritas, Tim dan Mitra berdiskusi untuk solusi yang ditawarkan untuk menyelesaikan masalah-masalah tersebut.
4. Mitra menyampaikan proses bisnis usahanya kepada Tim. Proses bisnis ini diperlukan untuk membuat desain/perancangan manajemen keuangan, manajemen usaha dan pemasaran.
5. Tim akan membuat desain untuk software akuntansi dan digital marketing untuk disampaikan kepada mitra.
6. Menetapkan hari, tanggal kegiatan, undangan serta tempat pelaksanaan untuk dipersiapkan guna pelatihan beserta perlengkapan dan peralatan yang mendukung seperti laptop, proyektor dll

7. Mempersiapkan materi pelatihan dalam bentuk modul yang akan disampaikan kepada UMKM
8. Menjadikan UMKM Mitra sebagai koordinator untuk UMKM sejenis untuk bisa dilakukan *social mapping* untuk setiap peserta dengan memberikan kuesioner yang bersifat tertutup. Social mapping ini berguna agar narasumber mendapatkan gambaran mengenai permasalahan yang dihadapi oleh setiap mitra secara spesifik dan juga agar mendapatkan bayangan mengenai materi yang akan didapatkan.
9. Para narasumber juga berdiskusi dan bertukar pikiran mengenai masalah yang dihadapi oleh mitra. Kemudian para narasumber juga mempersiapkan solusi untuk permasalahan yang dihadapi oleh para mitra.
10. Tahap terakhir adalah melakukan evaluasi dan monitoring. Cara melakukan evaluasi dan monitoring ini adalah dengan memberikan kuesioner akhir mengenai kegiatan pengabdian kepada masyarakat menggunakan forum googlemeet dan membuka forum diskusi setelah acara selesai.

Dari tahapan metode yang akan dilakukan tim pengusul ini menekankan bahwa UMKM Mitra ikut terlibat dalam kegiatan ini sebagai koordinator UMKM di Sidoarjo. UMKM Mitra harapannya akan menjadi *best practise* bagi UMKM di sekitarnya. Sehingga akan mendapatkan transfer *knowledge* dan *skill* yang akan dapat meningkatkan produktifitas usahanya secara bersama-sama.

Kegiatan “Pelatihan Digitalisasi Peningkatan Literasi dan Keuangan UMKM” dilaksanakan pada hari Rabu, 28 September 2023 di Gedung Kuliah Bersama 3. Pada kegiatan pelatihan ini dihadiri oleh 26 pelaku UMKM yang ada di Sidoarjo. Ruang Lingkup kegiatan ini meliputi :

1. Pemaparan Narasumber tentang Manajemen Usaha untuk UMKM yang disampaikan oleh Dr. Imelda Dian Rahmawati., SE. Ak. M. Ak selaku Dosen Prodi Akuntansi Umsida
2. Pemaparan materi tentang Digitalisasi Perbankan yang disampaikan oleh Iskandar Setiawan., SE. MM selaku Praktisi Perbankan BSI
3. Pemaparan materi tentang Digitalisasi Marketing yang disampaikan oleh Nur Maghfiroh Aesthetika, M. Med.Kom selaku Dosen Ilmu Komunikasi Umsida
4. Sharing session oleh pelaku UMKM oleh Dr. Hadiah Fitriyah., SE. M.Si selaku owner “Warung Ndesoku”
5. Sharing session oleh pengusaha millennial M.Ivan Zulkifli selaku owner CV.Ivan Collection

Adapun Tim Pengabdian dalam kegiatan pelatihan ini diketuai oleh Dr. Imelda Dian Rahmawati., SE. Ak. M. Ak (Akuntansi) yang beranggotakan Ir. Sumarno., MM (Informatika) dan Dewi Komala Sari., SE., MM (Manajemen).

HASIL DAN PEMBAHASAN

Kegiatan abdimas dimaksudkan untuk menyelesaikan masalah mitra. Kegiatan pelatihan bertempat di Gedung Kuliah Bersama (GKB) 3 Universitas Muhammadiyah Sidoarjo pada hari Rabu 27 September 2023, pukul 13.00-16.00 untuk mendukung perkembangan UMKM yang ada di Sidoarjo. Kegiatan pelatihan dihadiri oleh narasumber, tim pengabdian, dan pelaku UMKM. Kegiatan diawali dengan Sambutan Ketua Tim Pengabdian yaitu Dr. Imelda Dian Rahmawati., SE. Ak. M. Ak sekaligus pembuka dalam kegiatan pelatihan yang menyampaikan tentang manajemen usaha UMKM dan pentingnya pencatatan akuntansi sampai dengan pelaporannya. Narasumber kedua disampaikan praktisi perbankan dari Bank Syariah

Indonesia menyampaikan tentang digital perbankan yang semakin memudahkan pengguna, dan pembiayaan untuk KUR. Pembicara ke tiga menyampaikan terkait pentingnya digital marketing untuk bisa memasarkan produknya sampai ke seluruh dunia.

Hasil

Pada sesi pemaparan materi yang dijelaskan adalah bagaimana Manajemen Usaha UMKM bisa naik kelas. Pemateri menjelaskan bahwa ada banyak cara agar UMKM bisa naik kelas yakni : Mindset yang luas, hal ini mengacu pada sikap berpikir yang terbuka dan fleksibel yang diperlukan untuk pertumbuhan dan perkembangan pribadi atau bisnis, Human Faktor (rasa ingin belajar tentang keahlian yang ditekuni dan semangat mengembangkan produk yang baru dan inovatif, Menyusun Rencana Strategis jangka pendek serta jangka Panjang

Pada sesi berikutnya pemaparan materi tentang Digital Perbankan (perubahan perilaku konsumen di era digital/ Digital Perbankan sangat dibutuhkan oleh pelaku UMKM di era industry 4.0 ini. Narasumber menjelaskan perilaku UMKM di era digital yang dapat dilakukan ialah dengan cara Dekat dengan media sosial, Menyukai yang serba cepat dan instan, Membandingkan kualitas produk dari review di internet, Mengutamakan kemudahan pemesanan dan pembayaran, menyukai personalisasi dan tidak ingin tertinggal tren. Solusi digitalisasi yang menjadikan perbankan berada dalam satu genggam yaitu lebih Efektif dan Efisien, lebih hemat, Risiko kesalahan kecil, *System flexible*, dan mengutamakan privacy nasabah.

Sesi ketiga yakni penjelasan mengenai Digital Marketing. Digital marketing merupakan salah satu teknik pemasaran atau promosi sebuah brand menggunakan media digital atau internet. Semakin canggih teknologi yang kita gunakan saat ini semakin berubah pula cara kita dalam melakukan promosi sebuah brand. Poin pokok digital marketing yaitu Pemasaran di dunia digital, Optimalisasi pencairan, Pengembangan situs web, Iklan online, Pemasaran media sosial dan Analisis.

Pada sesi ke empat dilanjtkan dengan *sharing session* yang di sampaikan oleh Owner “ Warung Ndeso” tentang Peluang dan Tantangan Digitalisasi UMKM. ada era teknologi memiliki tantangan untuk masuk ke era ekosistem digital yaitu Hambatan finansial, Keamanan cyber, Dukungan Pemerintah dan Isu administrasi. Tantangan terbesar para pelaku UMKM dalam terjun kedalam digital marketing adalah Keraguan dalam terjun kedalam digital marketing, Kurangnya pemahaman kemana produk akan di pasarkan dan Daya saing online sudah terlalu besar bagi para pelaku UMKM baru.

Sesi terakhir yakni sharing session mulai dari pengalaman,hambatan,tips dan trik bagaimana menjual produk di e-commerce

Respon Peserta terhadap Acara

Respon peserta terhadap acara pelatihan Digitalisasi dan Peningkatan Literasi Keuangan UMKM dapat sangat bervariasi, tergantung pada berbagai, kebutuhan peserta, dan cara acara tersebut diselenggarakan. Peserta yang awalnya mungkin merasa kebingungan atau kurang percaya diri dalam hal digitalisasi dan literasi keuangan bisa merasa terbantu setelah mengikuti pelatihan. Peserta juga mungkin menghadapi tantangan dalam mengimplementasikan apa yang telah dipelajari selama pelatihan . Mereka mungkin memiliki kekhawatiran tertentu terkait dengan perubahan digitalisasi atau pengelolaan keuangan yang mereka butuhkan.

Tabel 1. Laporan Hasil Pre Test dan Post Test

No	NAMA	PRETEST	POSTEST
1	Sri Wahyuningsih	85	90
2	Fitri Addien	92	97
3	Endang	56	76
4	Juli Rachmawati	85	76
5	Siti Rukayah	78	100
6	Vita Sutra Fatimah	71	78
7	Dian Ardiany	53	92
8	Ninik .S	78	91
9	Siti Nur Mahmudah	78	91
10	Sri Pur	64	100
11	Niswatun	64	92
12	Wiwit	64	78
13	Sri Harni	64	78
14	Eva Christina	36	78
15	Elysa	85	92
16	Enny Bandi P	85	90
17	Dyah Ayu .K	57	85
18	Dewi S	43	85
19	Ningki Julia	85	95
20	Anti	85	95
21	Actus P.P	78	85
22	Yusti F	50	100
23	Ismiati	78	88
24	Dian	78	88
25	Liliani	85	100
26	Eka	64	85

Berikut gambar kegiatan pelatihan dan pendampingan pada UMKM Mitra Cv. Ivan Collection Pasuruan :



Gambar 1. Kegiatan pendampingan operasionalisasi aplikasi di UMKM Mitra



Gambar 2. Kegiatan Pelatihan Digitalisasi dan Peninkatan Literasi Keuangan bagi UMKM

KESIMPULAN

Urgensi penelitian ini adalah mendukung program pemerintah di tahun 2023, yaitu OJK dan pemerintah fokus meningkatkan literasi keuangan, dengan sasaran prioritas adalah pelajar, UMKM, penyandang disabilitas dan daerah 3 T. Perhatian khusus terhadap literasi keuangan bertujuan untuk memiliki penduduk yang berkualitas dan memiliki kecerdasan finansial yang baik, sehingga akan berdampak pada perbaikan roda ekonomi suatu daerah. Pemasaran dilakukan secara offline dengan cara produk di display. Pemasaran secara *online*, sudah memanfaatkan aplikasi *onlineshop* shopee. Akan tetapi penjualan belum sesuai yang diharapkan. Dari aspek keuangan, mitra belum mempunyai pembukuan keuangan secara standar, belum memisahkan persediaan barang tas yang sudah jadi dengan bahan baku di gudang. Transaksi dilakukan secara *manual*, mulai dari pembelian bahan baku, produksi sampai dengan menghasilkan barang jadi.

Tujuan kegiatan ini untuk membantu mitra mampu mengelola manajemen usaha lebih baik yang berpotensi berkembang lebih besar sehingga berdampak pada kesejahteraan masyarakat sekitar. Peningkatan manajemen usaha ini meliputi aspek keuangan, *marketing* dan peningkatan *finacial literasi* yang memadai, kedepan akan menjadi UMKM yang lebih besar dan berkembang.

Luaran yang dihasilkan adalah Digitalisasi Akuntansi dengan membuat *software* akuntansi sederhana yang mudah dioperasikan, Pendampingan dan pelatihan operasionalisasi *software* akuntansi yang sudah selesai dibuat, Digitalisasi *marketing* dengan menggunakan Google Ads. Digital *marketing* untuk untuk menambah area pemasaran yang lebih luas, baik secara nasional bahkan internasional, Membuat *website* bagi Mitra sebagai sarana informasi, komunikasi, branding ke customer, Melakukan pelatihan manajemen usaha secara profesional, dengan mengundang pihak pemerintah daerah, praktisi perusahaan dan bank, Melakukan pelatihan digitalisasi perbankan dengan mengundang narasumber dari pihak bank.

Respon peserta terhadap acara pelatihan Digitalisasi dan Peningkatan Literasi Keuangan UMKM dapat sangat bagus. Peserta sangat terbantu mendapatkan informasi terkait digitalisasi dan literasi keuangan. Tantangan selanjutnya adalah UMKM harus selalu update terhadap perkembangan teknologi dan mampu mengimplementasikannya dengan baik setelah mengikuti pelatihan. Karena perkembangan dan penggunaan teknologi kedepan adalah suatu keniscayaan, bukan yang besar mengalahkan yang kecil tapi mereka yang cepat akan mengalahkan yang lambat.

UCAPAN TERIMA KASIH

Kami mengucapkan terima kasih kepada Kemendikbudristek atas hibah pendanaan yang diberikan untuk pelaksanaan program Pengabdian Masyarakat ini, Universitas Muhammadiyah, Mitra abdimas ini yaitu M.Ivan Zulkifli selaku owner CV.Ivan Collection. Iskandar Setiawan., SE. MM selaku Praktisi Perbankan BSI, Nur Maghfiroh Aesthetika, M. Med.Kom selaku Dosen Ilmu Komunikasi Umsida, Dr. Hadiyah Fitriyah., SE. M.Si, Ak selaku owner “Warung Ndesoku”,

DAFTAR PUSTAKA

- Anisyah, E. N., Pinem, D., & Hidayati, S. (2021). Pengaruh Literasi Keuangan, Inklusi Keuangan Dan Financial Technology Terhadap Perilaku Keuangan Pelaku UMKM Di Kecamatan Sekupang. *Management And Business Review*, 5(2), 310–324. <https://doi.org/10.21067/Mbr.V5i2.6083>
- Arianto, B. (2020). *Pengembangan UMKM Digital Di Masa Pandemi Covid-19*. 6(2), 233–247.
- Bappenas. (2014). Laporan Analisis Daya Saing UMKM Di Indonesia. *Bappenas*, 65.
- Barlow, M. M. A. (2015). “Use And Measurement Of Social Media For Smes.” *Journal Of Small Business And Enterprise Development*, 22(2). <http://dx.doi.org/10.1108/JSBED-08-2012-0096>
- Dermawan. (2019). *Pengaruh Literasi, Inklusi Dan Pengelolaan Keuangan Terhadap Kinerja Dan Keberlanjutan Umkm (Studi Pada Pelaku Usaha Mikro)*.

- <https://Ojk.Go.Id/Id/>. (2022). <https://Ojk.Go.Id/Id/>. <https://Ojk.Go.Id/Id/Berita-Dan-Kegiatan/Siaran-Pers/Documents/Pages/Survei-Nasional-Literasi-Dan-Inklusi-Kuangan-Tahun-2022>
- Rifa'i, A. (2010). PERAN UMKM DALAM PEMBANGUNAN DAERAH: Fakta Di Provinsi Lampung. *J. Ilm. Adm. Publik Dan Pembang*, Vol. 1, No, 133–143.
- Sanistasya, P. A., Raharjo, K., & Iqbal, M. (2019). Pengaruh Literasi Keuangan Dan Inklusi Keuangan Terhadap Kinerja Usaha Kecil Di Kalimantan Timur. *Jurnal Economia*, 15(1), 48–59. <https://doi.org/10.21831/Economia.V15i1.23192>
- Sarfiah, S., Atmaja, H., & Verawati, D. (2019). UMKM Sebagai Pilar Membangun Ekonomi Bangsa. *Jurnal REP (Riset Ekonomi Pembangunan)*, 4(2), 1–189. <https://doi.org/10.31002/Rep.V4i2.1952>
- Septiani, R. N., & Wuryani, E. (2020). Pengaruh Literasi Keuangan Dan Inklusi Keuangan Terhadap Kinerja Umkm Di Sidoarjo. *E-Jurnal Manajemen Universitas*, 9(8). <https://doi.org/10.24843/Ejmunud.2020.V09.I08.P16>
- Tayibnapi, A. Z. (2020). *KEBANGKITAN UMKM DI INDONESIA*. 1–22. <https://www.dosenpendidikan.co.id/manajemen-pendidikan/>