

## PENDAMPINGAN LITERASI FINANSIAL DAN DIGITALISASI PEMASARAN PADA UMKM CEMILAN IBU ENKGENG KABUPATEN SIDENRENG RAPPANG

*Financial Literacy Assistance And Marketing Digitalization For Mother Engkeng Snack Msmes In Sidenreng Rappang Regency*

A. Kartini Sari Putri D<sup>1</sup>, Jumriah Basri<sup>2</sup>, Ari Ayu<sup>3</sup>, Andi Sri Kumala Putri P<sup>4</sup>, Nurfaisah<sup>5</sup>  
Email: [aksputrid@gmail.com](mailto:aksputrid@gmail.com)<sup>1</sup>, [jumriahbasri1@gmail.com](mailto:jumriahbasri1@gmail.com)<sup>2</sup>, [ariayulennarii@gmail.com](mailto:ariayulennarii@gmail.com)<sup>3</sup>,  
[malaput02@gmail.com](mailto:malaput02@gmail.com)<sup>4</sup>

<sup>1,2</sup>Program Studi Manajemen, Fakultas Ekonomi dan Bisnis, Universitas Ichsan Sidenreng Rappang

<sup>3,4</sup> Program Studi Akuntansi, Fakultas Ekonomi dan Bisnis, Universitas Ichsan Sidenreng Rappang

<sup>5</sup>Program Studi Kewirausahaan, Fakultas Ekonomi dan Bisnis, Universitas Mega Buana Palopo

<sup>1,2,3,4</sup>Jl. Jenderal sudirman No.247, Pangkajene, Sidenreng Rappang, Sulawesi Selatan

<sup>5</sup>Jl. Andi Ahmad No. 25, Palopo, Provinsi Sulawesi Selatan, Indonesia.

### Abstrak

UMKM merupakan sektor strategis dalam meningkatkan perekonomian lokal, namun banyak pelaku usaha skala rumah tangga masih menghadapi keterbatasan literasi finansial dan pemanfaatan teknologi digital dalam pemasaran. Kondisi ini juga dialami UMKM Cemilan Ibu Engkeng di Kabupaten Sidenreng Rappang yang masih mengandalkan pencatatan manual serta pemasaran konvensional. Perguruan tinggi memiliki peran penting dalam mendukung penguatan kapasitas UMKM melalui kegiatan pengabdian kepada masyarakat berbasis edukasi dan pendampingan berkelanjutan. Kegiatan ini bertujuan meningkatkan literasi finansial serta kemampuan digitalisasi pemasaran UMKM Cemilan Ibu Engkeng agar mampu meningkatkan daya saing, efisiensi pengelolaan usaha, dan jangkauan pasar secara berkelanjutan. Metode yang digunakan meliputi observasi awal, pelatihan, pendampingan praktik, serta evaluasi. Materi difokuskan pada pencatatan keuangan sederhana, perhitungan harga pokok produksi, serta pemanfaatan media sosial dan marketplace sebagai sarana pemasaran digital. Hasil kegiatan menunjukkan peningkatan pemahaman pelaku UMKM terhadap pentingnya pemisahan keuangan pribadi dan usaha serta kemampuan menyusun laporan keuangan sederhana. Meskipun sebelumnya usaha telah menerapkan pembayaran non-tunai melalui QRIS dan penjualan melalui aplikasi Mbiz sesuai arahan pemerintah, pemanfaatan teknologi digital masih terbatas pada transaksi. Melalui pendampingan, pelaku usaha mulai mengoptimalkan media sosial sebagai sarana promosi dan komunikasi pelanggan. Pendampingan juga menghasilkan pembuatan konten pemasaran digital yang lebih menarik dan konsisten. Dampaknya, terjadi peningkatan kepercayaan diri pelaku usaha dan terbukanya peluang perluasan pasar. Pendampingan efektif meningkatkan literasi finansial dan optimalisasi digitalisasi usaha sehingga memperkuat daya saing UMKM secara berkelanjutan.

**Kata Kunci:** Literasi Finansial, Digitalisasi Pemasaran, UMKM, Sidenreng Rappang

### Abstract

MSMEs are a strategic sector in strengthening local economies; however, many home-based entrepreneurs still face limitations in financial literacy and the use of digital technology for marketing. This condition is also experienced by the Ibu Engkeng Snack MSME in Sidenreng Rappang Regency, which previously relied on manual bookkeeping and conventional marketing. Universities play an important role in strengthening MSME capacity through community service programs based on education and continuous mentoring. This activity aimed to improve financial literacy and digital marketing capabilities of the Ibu Engkeng Snack MSME in order to enhance competitiveness, business management efficiency, and sustainable market reach. The methods included initial observation, training, hands-on mentoring, and evaluation. The materials focused on simple bookkeeping, cost of production calculation, and the use of social media and marketplaces as digital marketing tools. The results showed an increased understanding of the importance of separating personal and business finances and the ability to prepare simple financial reports. Although the business had previously implemented cashless payments through QRIS and sold products via the Mbiz application in line with government initiatives, the use of digital technology was still limited to transactions. Through mentoring, the business began to optimize social media for promotion and customer communication. The program also resulted in more attractive and consistent digital marketing content. As a result,

*the owner's confidence increased and opportunities for market expansion emerged. Mentoring proved effective in improving financial literacy and optimizing business digitalization, thereby strengthening MSME competitiveness sustainably.*

**Keywords: Financial Literacy, Marketing Digitalization, MSMEs, Sidenreng Rappang**

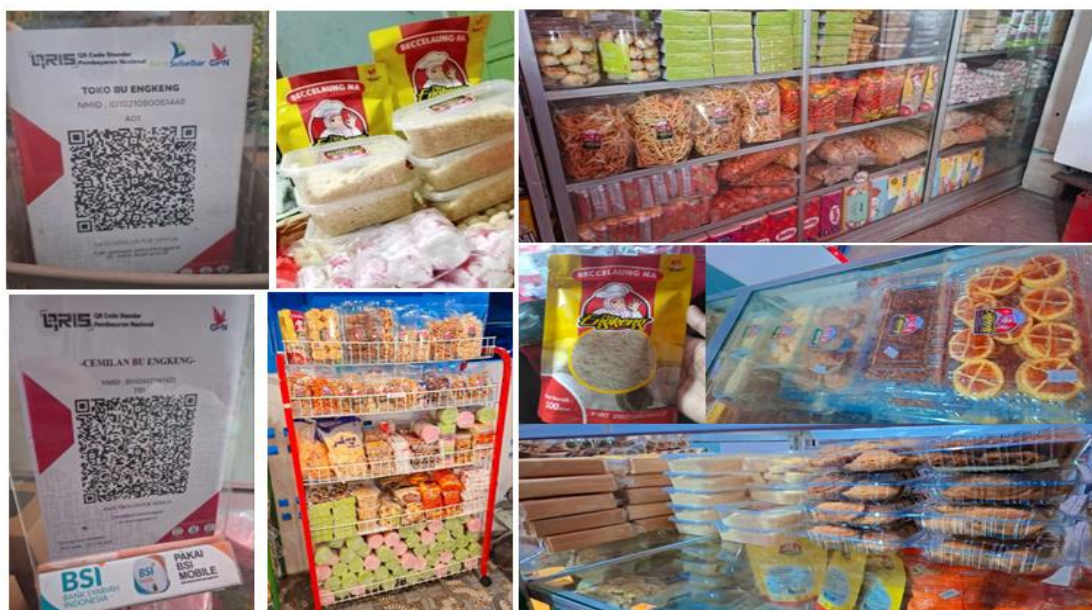
## PENDAHULUAN

Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah (UMKM) merupakan tulang punggung perekonomian Indonesia karena mampu menyerap tenaga kerja dan berkontribusi besar terhadap produk domestik bruto. Data terbaru menunjukkan UMKM menyumbang sekitar 61,07% PDB nasional atau sekitar Rp8.573,89 triliun serta menyerap sekitar 117 juta tenaga kerja atau setara 97% angkatan kerja nasional (1,2). Jumlah pelaku UMKM juga mencapai lebih dari 64 juta unit usaha sehingga keberlanjutan sektor ini menjadi sangat penting dalam pembangunan ekonomi nasional (1). Kontribusi besar tersebut menuntut peningkatan kapasitas UMKM agar mampu beradaptasi dengan perkembangan ekonomi digital.

Transformasi digital menjadi salah satu strategi utama dalam memperkuat daya saing UMKM. Digitalisasi usaha mencakup penggunaan teknologi dalam transaksi, pencatatan keuangan, dan pemasaran produk. Pemerintah mendorong digitalisasi melalui berbagai kebijakan, termasuk penggunaan pembayaran non-tunai berbasis QRIS serta integrasi UMKM dalam ekosistem digital. Hingga tahun 2024, sekitar 25,5 juta UMKM telah terhubung dalam ekosistem digital, namun jumlah tersebut masih menunjukkan kesenjangan yang cukup besar dibanding total UMKM yang ada (3). Hal ini menunjukkan bahwa peningkatan literasi finansial dan kemampuan digital marketing masih menjadi kebutuhan penting bagi pelaku UMKM.

Literasi finansial merupakan kemampuan memahami dan mengelola keuangan secara efektif, termasuk pencatatan transaksi, pengelolaan arus kas, serta perencanaan usaha. Sementara itu, digitalisasi pemasaran adalah pemanfaatan media sosial, marketplace, dan platform digital untuk memperluas jangkauan pasar. Berbagai penelitian menunjukkan bahwa peningkatan literasi keuangan dan digital marketing mampu meningkatkan kinerja usaha, efisiensi operasional, serta keberlanjutan UMKM (4,5). Pendampingan yang bersifat praktis dan berkelanjutan terbukti menjadi strategi efektif dalam meningkatkan kapasitas pelaku usaha kecil (6).

Permasalahan tersebut juga ditemukan pada UMKM Cemilan Ibu Engkeng di Kabupaten Sidenreng Rappang. Usaha ini telah mengikuti arahan pemerintah dengan menerapkan pembayaran non-tunai melalui QRIS serta melakukan penjualan produk melalui aplikasi Mbiz. Namun, pemanfaatan teknologi masih terbatas pada transaksi dan belum terintegrasi dengan pencatatan keuangan serta strategi pemasaran digital. Pencatatan keuangan masih dilakukan secara sederhana dan promosi produk masih didominasi metode konvensional. Kondisi ini menunjukkan adanya kesenjangan antara adopsi teknologi transaksi dengan kesiapan manajerial dan pemasaran digital.



**Gambar 1. QR Code dan Produk Cemilan Ibu Engkeng sebagai Mitra**



**Gambar 2. Penjualan melalui aplikasi Mbizmarket**

Berdasarkan kondisi tersebut, solusi yang ditawarkan adalah pendampingan literasi finansial dan digitalisasi pemasaran secara terintegrasi melalui pelatihan, praktik langsung, dan evaluasi. Pendekatan ini diharapkan dapat meningkatkan kemampuan pengelolaan keuangan, memperkuat branding produk, serta memperluas jangkauan pemasaran.

Kegiatan pengabdian ini bertujuan meningkatkan literasi finansial dan kemampuan digitalisasi pemasaran UMKM Cemilan Ibu Engkeng. Kegiatan ini diharapkan memberi manfaat berupa peningkatan kapasitas pengelolaan usaha, perluasan pasar, serta penguatan kolaborasi antara perguruan tinggi dan masyarakat. Ke depan, program ini diharapkan menjadi model pendampingan berkelanjutan bagi UMKM lain di Kabupaten Sidenreng Rappang. Lebih ringkasnya dapat dilihat pada tabel berikut ini :

**Tabel 1. Ringkasan Kegiatan**

|                                           |                                                                                                                                                                                                                                                                                                       |
|-------------------------------------------|-------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|
| Induk kalimat paragraf I :                | UMKM memiliki peran strategis dalam perekonomian Indonesia, namun masih menghadapi berbagai tantangan terutama pada literasi finansial dan pemanfaatan teknologi digital.                                                                                                                             |
| Induk kalimat paragraf II :               | Literasi finansial menjadi faktor penting bagi keberlanjutan UMKM karena membantu pelaku usaha mengelola keuangan secara efektif dan terencana.                                                                                                                                                       |
| Induk kalimat paragraf III :              | Digitalisasi pemasaran membuka peluang perluasan pasar bagi UMKM, namun implementasinya masih belum optimal karena keterbatasan pengetahuan dan keterampilan pelaku usaha.                                                                                                                            |
| Induk kalimat paragraf IV :               | UMKM Cemilan Ibu Engkeng telah menerapkan pembayaran non tunai melalui QRIS dan melakukan penjualan melalui aplikasi Mbiz, tetapi masih membutuhkan pendampingan dalam pengelolaan keuangan dan optimalisasi pemasaran digital.                                                                       |
| Induk kalimat paragraf V dan seterusnya : | Kegiatan pendampingan literasi finansial dan digitalisasi pemasaran dipandang sebagai solusi untuk meningkatkan kapasitas manajerial dan daya saing UMKM.                                                                                                                                             |
| Tujuan, manfaat, & harapan kegiatan :     | Kegiatan ini bertujuan meningkatkan kemampuan pengelolaan keuangan dan pemasaran digital UMKM Cemilan Ibu Engkeng, memberikan manfaat berupa peningkatan kapasitas usaha dan efisiensi pengelolaan bisnis, serta diharapkan mampu mendorong keberlanjutan dan pertumbuhan usaha secara berkelanjutan. |

Sumber : Hasil Observasi dan Pendampingan, 2026.

## METODE

Kegiatan pengabdian kepada masyarakat ini dilaksanakan pada akhir bulan Januari 2026 di lokasi usaha UMKM Cemilan Ibu Engkeng yang berada di Kabupaten Sidenreng Rappang, Sulawesi Selatan. Pemilihan lokasi didasarkan pada kebutuhan peningkatan kapasitas literasi finansial serta optimalisasi digitalisasi pemasaran pada usaha mitra yang sedang berkembang. Sasaran kegiatan adalah UMKM Cemilan Ibu Engkeng yang bergerak pada produksi dan penjualan aneka cemilan khas daerah. Mitra telah menerapkan pembayaran non tunai menggunakan QRIS serta melakukan penjualan produk melalui aplikasi Mbiz, namun masih memerlukan pendampingan dalam pengelolaan keuangan sederhana, pencatatan transaksi, serta strategi pemasaran digital yang lebih efektif. Kegiatan ini melibatkan 3–5 orang anggota mitra yang terdiri atas pemilik usaha dan tenaga kerja yang terlibat dalam proses produksi, pengemasan, dan pemasaran produk.

Metode pelaksanaan kegiatan menggunakan pendekatan partisipatif melalui tiga tahapan utama, yaitu tahap persiapan, pelaksanaan, dan evaluasi. Tahap persiapan dilakukan melalui observasi awal dan identifikasi kebutuhan mitra terkait literasi finansial dan pemasaran digital. Tahap pelaksanaan dilakukan melalui pelatihan, praktik langsung, serta pendampingan intensif terkait pencatatan keuangan sederhana, pemanfaatan pembayaran digital, serta optimalisasi promosi dan penjualan melalui platform digital. Tahap evaluasi dilakukan untuk mengukur tingkat pemahaman dan perubahan praktik pengelolaan usaha setelah kegiatan pendampingan dilaksanakan.



Gambar 3. Kegiatan Observasi dan Pendampingan

Untuk lebih ringkasnya dapat dilihat pada tabel berikut ini :

**Tabel 2. Metode Kegiatan**

|                                    |                                                                                                                                                |
|------------------------------------|------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|
| Waktu dan Tempat kegiatan :        | Bulan Januari 2026 di lokasi usaha UMKM Cemilan Ibu Engkeng yang berada di Kabupaten Sidenreng Rappang, Sulawesi Selatan.                      |
| Objek/sasaran/mitra :              | Cemilan Ibu Engkeng (Ibu Andi Fitriana, S.Pd.,M.Pd)                                                                                            |
| Jumlah kk/anggota mitra terlibat : | 3–5 orang anggota mitra yang terdiri atas pemilik usaha dan tenaga kerja yang terlibat dalam proses produksi, pengemasan, dan pemasaran produk |
| Metode pelaksanaan kegiatan :      | Pendekatan partisipatif melalui tiga tahapan utama, yaitu tahap persiapan, pelaksanaan, dan evaluasi.                                          |

Sumber : Hasil Observasi dan Pendampingan, 2026.

## HASIL DAN PEMBAHASAN

Kegiatan pendampingan literasi finansial dan digitalisasi pemasaran dilaksanakan secara bertahap sesuai dengan metode yang telah dirancang. Program ini melibatkan pemilik UMKM Cemilan Ibu Engkeng sebagai mitra utama dalam kegiatan pengabdian. Pendekatan praktik dan pendampingan langsung dipilih karena terbukti efektif dalam meningkatkan kapasitas manajerial pelaku UMKM, terutama pada aspek pengelolaan keuangan dan pemasaran digital (7).

### a. Peningkatan Literasi Finansial

Sebelum kegiatan dilaksanakan, pencatatan keuangan usaha masih dilakukan secara sederhana dan belum terstruktur. Keuangan pribadi dan usaha masih bercampur sehingga pelaku usaha kesulitan mengetahui kondisi keuangan secara jelas. Kondisi ini umum terjadi pada UMKM karena keterbatasan pemahaman akuntansi dasar dan kurangnya kebiasaan pencatatan keuangan (8).

Setelah pelatihan dan pendampingan, terjadi peningkatan pemahaman mengenai pentingnya pemisahan keuangan pribadi dan usaha. Mitra mulai memahami konsep dasar pencatatan transaksi, pengelompokan biaya, serta penyusunan laporan laba rugi sederhana. Pendampingan praktik terbukti membantu pelaku usaha mengaplikasikan konsep akuntansi secara langsung dalam kegiatan usaha sehari-hari (Ari Ayu et al., 2025). Perubahan lain yang terlihat adalah munculnya kesadaran bahwa pencatatan keuangan dapat menjadi dasar pengambilan keputusan usaha. Mitra mulai mampu mengidentifikasi biaya operasional dan menghitung keuntungan usaha secara lebih sistematis. Kemampuan ini menjadi langkah awal dalam membangun pengelolaan keuangan usaha yang lebih profesional dan berkelanjutan.

### b. Optimalisasi Digitalisasi Pemasaran

Sebelum program pendampingan, UMKM Cemilan Ibu Engkeng telah menerapkan pembayaran non-tunai melalui QRIS serta melakukan penjualan produk melalui aplikasi Mbiz. Namun, pemanfaatan teknologi digital masih terbatas pada transaksi dan belum dimanfaatkan secara maksimal untuk promosi dan perluasan pasar. Kondisi ini menunjukkan bahwa adopsi teknologi belum sepenuhnya diikuti dengan kemampuan digital marketing yang memadai.

Melalui pelatihan digital marketing, mitra mulai memahami pentingnya media sosial sebagai sarana promosi dan komunikasi dengan pelanggan. Pendampingan dilakukan melalui praktik pembuatan konten promosi, penyusunan caption, serta pengenalan strategi pemasaran sederhana berbasis media sosial. Pemanfaatan digital marketing terbukti mampu meningkatkan visibilitas produk dan membuka peluang perluasan pasar UMKM (OJK, 2022). Mitra juga mulai memahami pentingnya konsistensi dalam publikasi konten serta penggunaan identitas merek yang lebih jelas. Pendampingan ini mendorong pelaku usaha untuk lebih aktif memanfaatkan platform digital sebagai sarana pemasaran yang efektif dan efisien.

### c. Perubahan Sikap dan Kepercayaan Diri Pelaku Usaha

Selain peningkatan pengetahuan dan keterampilan, kegiatan ini juga memberikan dampak pada perubahan sikap pelaku usaha. Mitra menunjukkan peningkatan kepercayaan diri dalam mengelola usaha secara lebih profesional. Pendampingan yang bersifat partisipatif mampu meningkatkan motivasi pelaku usaha untuk terus belajar dan mengembangkan usahanya (Susanti & Rachmawati, 2021). Mitra juga menunjukkan komitmen untuk menerapkan pencatatan keuangan secara rutin dan melanjutkan

pemanfaatan media sosial sebagai sarana pemasaran. Hal ini menunjukkan bahwa kegiatan pengabdian tidak hanya memberikan pengetahuan, tetapi juga mendorong perubahan perilaku dalam pengelolaan usaha.

#### d. Tantangan yang Dihadapi

Meskipun kegiatan berjalan dengan baik, terdapat beberapa tantangan yang masih dihadapi. Salah satu tantangan utama adalah menjaga konsistensi dalam pencatatan keuangan harian. Kesibukan operasional usaha seringkali menjadi kendala dalam penerapan pencatatan secara rutin. Tantangan lain adalah keterbatasan waktu dalam mengelola konten pemasaran digital secara konsisten.

Namun demikian, tantangan tersebut dapat diatasi melalui pendampingan lanjutan dan pembiasaan secara bertahap. Pendampingan berkelanjutan sangat penting untuk memastikan keberhasilan program penguatan kapasitas UMKM dalam jangka panjang (OECD, 2022). Secara keseluruhan, kegiatan pendampingan menunjukkan hasil positif dalam meningkatkan literasi finansial dan digitalisasi pemasaran UMKM Cemilan Ibu Engkeng. Hasil ini memperkuat temuan bahwa program pendampingan berbasis praktik mampu meningkatkan kapasitas dan daya saing UMKM secara berkelanjutan.

Untuk memperjelas dampak kegiatan, dilakukan perbandingan kondisi mitra sebelum dan setelah pendampingan yang disajikan pada Tabel 1 berikut. :

**Tabel 3. Perbandingan Kondisi UMKM Sebelum dan Setelah Pendampingan**

| Aspek                                 | Kondisi Sebelum Pendampingan                                                                        | Kondisi Setelah Pendampingan                                                                   |
|---------------------------------------|-----------------------------------------------------------------------------------------------------|------------------------------------------------------------------------------------------------|
| <b>Pencatatan keuangan</b>            | Belum melakukan pencatatan terstruktur, pencatatan masih mengandalkan ingatan dan catatan sederhana | Mulai menerapkan pencatatan keuangan sederhana (pemasukan, pengeluaran, dan laba) secara rutin |
| <b>Pemahaman literasi finansial</b>   | Pemilik usaha belum memahami pemisahan keuangan usaha dan pribadi                                   | Pemilik usaha memahami pentingnya pemisahan keuangan usaha dan pribadi                         |
| <b>Pemanfaatan pembayaran digital</b> | Sudah menggunakan QRIS namun belum dioptimalkan dalam pelaporan dan pencatatan transaksi            | Transaksi QRIS mulai dicatat dan dianalisis sebagai bagian laporan keuangan                    |
| <b>Pemanfaatan platform digital</b>   | Penjualan melalui aplikasi Mbiz sudah ada namun belum maksimal sebagai strategi pemasaran           | Pemanfaatan Mbiz lebih optimal dengan perbaikan deskripsi produk, foto, dan strategi promosi   |
| <b>Strategi pemasaran digital</b>     | Promosi masih terbatas dan tidak terencana                                                          | Mulai menyusun strategi promosi sederhana melalui platform digital                             |
| <b>Kapasitas SDM</b>                  | Pengetahuan digital dan keuangan masih terbatas                                                     | Terjadi peningkatan pemahaman dan keterampilan pengelolaan usaha                               |

Sumber : Hasil Observasi dan Pendampingan, 2026.

Tabel tersebut menunjukkan bahwa kegiatan pendampingan memberikan perubahan positif terhadap aspek pengelolaan keuangan dan digitalisasi pemasaran pada UMKM Cemilan Ibu Engkeng. Perubahan ini menguatkan temuan sebelumnya bahwa pendampingan yang bersifat praktis dan partisipatif mampu meningkatkan kapasitas manajerial UMKM secara bertahap dan berkelanjutan

## KESIMPULAN DAN SARAN

### Kesimpulan

Kegiatan pendampingan literasi finansial dan digitalisasi pemasaran pada UMKM Cemilan Ibu Engkeng memberikan dampak positif terhadap peningkatan kapasitas pengelolaan usaha. Mitra mengalami peningkatan pemahaman mengenai pemisahan keuangan pribadi dan usaha, pencatatan transaksi, serta penyusunan laporan keuangan sederhana. Hasil ini sejalan dengan temuan bahwa pendampingan berbasis praktik efektif meningkatkan kemampuan manajerial dan keuangan pelaku UMKM. Selain itu, kegiatan digitalisasi pemasaran mendorong optimalisasi pemanfaatan teknologi yang sebelumnya telah digunakan, seperti QRIS dan aplikasi Mbiz. Mitra mulai memanfaatkan media sosial sebagai sarana promosi secara massif serta memahami pentingnya konsistensi dalam pemasaran digital yang profesional. Hal ini menunjukkan bahwa penguatan literasi finansial dan digital marketing secara terintegrasi mampu meningkatkan daya saing dan kepercayaan diri pelaku usaha.

Secara umum, kegiatan pengabdian ini berhasil meningkatkan pengetahuan, keterampilan, serta motivasi pelaku usaha dalam mengelola bisnis secara lebih profesional. Program pendampingan yang bersifat partisipatif dan aplikatif terbukti menjadi strategi efektif dalam pemberdayaan UMKM secara berkelanjutan.

#### **Saran**

Kegiatan pendampingan serupa perlu dilaksanakan secara berkelanjutan agar perubahan perilaku pengelolaan keuangan dan pemasaran digital dapat dipertahankan. Pendampingan lanjutan dapat difokuskan pada penggunaan aplikasi pencatatan keuangan digital serta penguatan strategi branding dan pengembangan pasar. Selain itu, diperlukan kolaborasi dengan pemerintah daerah, lembaga keuangan, dan marketplace untuk memperluas akses pelaku UMKM terhadap pembiayaan, pelatihan, dan jaringan pemasaran. Dukungan berkelanjutan dari berbagai pihak diharapkan dapat mempercepat transformasi digital UMKM di daerah.

#### **UCAPAN TERIMA KASIH**

Tim pelaksana pengabdian kepada masyarakat menyampaikan terima kasih kepada Universitas Ichsan Sidenreng Rappang melalui Fakultas Ekonomi dan Bisnis yang telah memberikan dukungan dalam pelaksanaan kegiatan ini. Apresiasi juga disampaikan kepada Lembaga Penelitian dan Pengabdian kepada Masyarakat (LPPM) Universitas Ichsan Sidenreng Rappang atas fasilitasi dan pendampingan selama kegiatan berlangsung.

Ucapan terima kasih yang sebesar-besarnya diberikan kepada mitra UMKM Cemilan Ibu Engkeng yang telah berpartisipasi aktif dan kooperatif selama proses pelatihan dan pendampingan. Partisipasi aktif mitra menjadi faktor penting dalam keberhasilan kegiatan ini. Terima kasih juga disampaikan kepada seluruh pihak yang telah membantu terlaksananya kegiatan pengabdian ini sehingga dapat berjalan dengan baik dan memberikan manfaat bagi pengembangan UMKM di Kabupaten Sidenreng Rappang.

#### **DAFTAR PUSTAKA**

- Badan Pusat Statistik. (2024). Statistik UMKM Indonesia. Jakarta: BPS.
- Kementerian Koperasi dan UKM Republik Indonesia. (2023). Perkembangan Data UMKM dan Strategi Pemberdayaan UMKM di Indonesia. Jakarta: Kemenkop UKM.
- Bank Indonesia. (2023). QRIS untuk UMKM dan Inklusi Keuangan Nasional. Jakarta: Bank Indonesia.
- OECD. (2022). OECD SME and Entrepreneurship Outlook 2022. Paris: OECD Publishing.
- Otoritas Jasa Keuangan. (2022). Strategi Nasional Literasi Keuangan Indonesia 2021–2025. Jakarta: OJK.
- Susanti, S., & Rachmawati, R. (2021). Pelatihan literasi keuangan dan digital marketing pada UMKM. *Jurnal Pengabdian Masyarakat*, 6(2), 45–52.
- Ari Ayu, A., Sumartan, S., Putri, A. S. K., Suriadi, S., Nurwafiyah, A., Jumriah, J., Basri, D., Nirmasari, D., Asrini, A., Putri, A. K. S., & Heady, M. G. T. (2025). Peningkatan kapasitas UMKM melalui pendampingan penyusunan laporan keuangan sederhana di Kelurahan Pangkajene, Kecamatan Maritengngae, Kabupaten Sidenreng Rappang. *Jurnal Pepadu*, 6(2), 300–309. <https://doi.org/10.29303/pepadu.v6i2.7569>
- Manullang, T. (2024). Praktik akuntansi pada Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah (UMKM). *Journal on Education*, 7(1), 4889–4901.