

## **PENGENALAN APLIKASI KEUANGAN DIGITAL DALAM MENUNJANG PRODUK EKONOMI KREATIF DI CEMOROKADANG MALANG**

Tri Kristianti<sup>1</sup>, Mohammad Dullah<sup>2</sup>, Aulia Rahman Oktaviansyah<sup>3</sup>

<sup>1,3</sup> Teknik Elektro, Fakultas Teknik, Universitas Wisnuwardhana, Malang, Indonesia.

<sup>2</sup> Ilmu Manajemen, Fakultas Ekonomi, Universitas Wisnuwardhana, Malang, Indonesia.

<sup>1</sup>trikristianti@wisnuwardhana.ac.id

<sup>2</sup>mohamadd@wisnuwardhana.ac.id

<sup>3</sup>a.r.oktaviansyah@gmail.com

### **Article Info**

Received: 04 Mei 2024

Revised: 16 Mei 2024

Accepted: 17 Mei 2024

### **\*Corresponding Author:**

**Tri Kristianti,**

Teknik Elektro, Fakultas Teknik,  
Universitas Wisnuwardhana,  
Malang, Indonesia;

Email:

trikristianti@wisnuwardhana.ac.id

**Abstrak:** Pemanfaatan aplikasi keuangan digital sangatlah mutlak diperlukan dalam menunjang kelancaran pengaturan keuangan dalam sektor Usaha Mikro Kecil dan Menengah (UMKM) terutama berbasis Industri Rumah Tangga (IRT). Kegiatan pengabdian Masyarakat ini dilakkan sebagai upaya dalam mengenalkan tiga jenis aplikasi keuangan digital yaitu Microsoft excel, Kasir pintar, dan Desкера bagi pegawai IRT Nuwunfood yang berlokasi di Cemorokandang, Kedungkandang, Malang. Kegiatan ini dilakukan dengan menggunakan metode pendekatan persuasif melalui pemaparan edukasi ringan seputar manajemen keuangan IRT dengan cara melakukan wawancara, pengambilan dokumentasi kegiatan pemasaran produk serta praktek langsung penggunaan aplikasi. Dari hasil pengabdian ini didapatkan hasil bahwa ketiga aplikasi tersebut memberikan kemudahan dalam manajemen keuangan di IRT Nuwunfood sehingga dapat diaplikasikan dalam jangka waktu yang tidak terbatas sebagai aplikasi pendukung manajemen keuangan berbasis digital.

**Kata kunci:** Aplikasi keuangan digital, Industri Rumah Tangga, UMKM

*Abstract: Using digital financial applications is crucial in supporting the smooth management of finances in the Micro, Small, and Medium Enterprises (MSMEs) sector, especially those based on Household Industries (IRT). This community service activity is carried out as an effort to introduce three types of digital financial applications, namely Microsoft Excel, Qasir, and Desкера, to the employees of Nuwunfood IRT located in Cemorokandang, Kedungkandang, Malang. This activity uses a persuasive approach method through light education on IRT financial management by conducting interviews, taking documentation of product marketing activities, and direct practice in using the applications. From this service activity, it was found that these three applications provide convenience in financial management for Nuwunfood IRT, thus they can be applied in the long term as the digital financial application supportive.*

**Keywords:** Digital financial application, Household Industries, MSMEs.

## PENDAHULUAN

Dalam zaman digital ini, kegiatan perdagangan digital memberikan keunggulan bagi para pelaku UMKM. Mereka tak perlu lagi khawatir tentang biaya sewa toko di pasar karena semuanya dapat dilakukan secara online melalui platform marketplace atau media sosial. Digitalisasi memberi kemudahan kepada UMKM dalam pemasaran produk mereka. Transaksi jual beli dapat dilakukan secara online tanpa mengganggu kegiatan lainnya. Adopsi teknologi digital dan segala fasilitasnya membuat UMKM berkembang dengan pesat. Selain bermanfaat bagi pemasaran, digitalisasi juga berguna bagi UMKM dalam mengelola *cashflow* atau manajemen keuangan. Menurut Kanyoto (2018) manajemen keuangan adalah integrasi dari science dan art yang mencermati dan menganalisa tentang upaya seorang manajer financial dengan menggunakan seluruh SDM perusahaan untuk mencari funding, mengelola funding dan membagi funding dengan goal mampu memberikan laba bagi para pemilik saham dan sustainability (keberlanjutan) bisnis bagi entitas ekonomi.

Pengelolaan keuangan merupakan hal yang krusial bagi segala jenis usaha, namun seringkali pelaku UMKM, terutama yang berbisnis dalam skala mikro dan kecil, mengabaikan aspek ini. Padahal, pencatatan setiap transaksi keuangan harian sangatlah penting untuk menjaga kontrol yang baik terhadap keuangan bisnis. Setiap pemilik usaha minimal harus memahami total biaya operasional, pendapatan bersih yang diperoleh, dan modal yang diperlukan untuk menjalankan usaha tersebut. Dengan demikian, mereka dapat melakukan evaluasi terhadap kinerja dan kapasitas usahanya, sehingga perencanaan pengembangan usaha dapat dibuat berdasarkan data yang terdokumentasi dengan baik. Manajemen keuangan didefinisikan sebagai upaya perusahaan memperoleh dana yang dibutuhkan, mengalokasikan dana yang diperoleh dan mendistribusikan hasil dari pemanfaatan dana kepada pemilik perusahaan dengan cara yang rasional dengan tujuan meningkatkan nilai Perusahaan (Sugeng, 2017). Sejalan dengan Kanyoto (2018) dan Sugeng (2017) bahwa Riyanto (2001) dalam Septiviani & Utiyati (2022) berpendapat jika manajemen keuangan adalah keseluruhan aktivitas perusahaan yang berhubungan dengan usaha mendapatkan dana yang diperlukan dengan biaya yang minimal dan syarat-syarat yang paling menguntungkan beserta usaha untuk menggunakan dana tersebut seefisien mungkin. Manajemen keuangan atau financial management merupakan semua aktivitas atau kegiatan perusahaan yang berkaitan dengan bagaimana cara mendapatkan, menggunakan dan mengelola keuangan perusahaan. Kegiatan ini bertujuan mengelola dana maupun aset-aset yang dimiliki perusahaan untuk dimanfaatkan (Nurdiansyah&Rahman, 2019).

Menurut pemerintah kota Malang (2018) secara demografis kelurahan Cemorokandang merupakan kelurahan yang terletak di wilayah Kecamatan Kedungkandang, Kota Malang. Kelurahan ini terdiri dari 11 RW (Rukun Warga) dan 61 RT (Rukun Tetangga). Secara administratif, Kelurahan Cemorokandang dikelilingi oleh kelurahan lainnya yang ada di Kota Malang. Di sebelah utara, Kelurahan Cemorokandang berbatasan langsung dengan Kecamatan Pakis, Kabupaten Malang. Di sebelah timur, kelurahan ini juga berbatasan langsung dengan Kecamatan Pakis, Kabupaten Malang. Di sebelah selatan, Kelurahan Cemorokandang berbatasan dengan Kecamatan Tumpang, Kabupaten Malang. Lalu, di sebelah barat, kelurahan ini berbatasan dengan Kelurahan Madyopuro dan Lesanpuro, Kecamatan Kedungkandang.

Berdasarkan data yang diperoleh dari Dinas Koperasi, UMKM dan Perindustrian (DINKOP) tercatat ada 2815 UMKM yang berada di wilayah kelurahan Cemorokandang kecamatan Kedungkandang kota Malang. Sejumlah UMKM tersebut bergerak dalam bidang industri di sektor usaha antara lain; agribisnis, kuliner dan produk kreatif. Salah satu UMKM yang bergerak di bidang usaha kuliner yang berlokasi di kelurahan Cemorokandang Kecamatan Kedungkandang adalah UMKM Nuwun Food. Sebagai salah satu pendukung perekonomian di kota Malang, Usaha kecil mikro dan menengah (UMKM) memegang peranan yang sangat penting sebab UMKM juga menjadi salah satu alternatif dalam penciptaan lapangan kerja baru terkait lajunya pertumbuhan ekonomi semenjak pandemi COVID 19 di tahun 2020 lalu hingga sekarang yang mengakibatkan perusahaan besar kesulitan dalam

mengembangkan usahanya dan berakhir pada pengurangan jumlah karyawan sehingga naiknya tingkat pengangguran yang signifikan.

UMKM Nuwun Food merupakan salah satu dari industri rumah tangga yang telah beroperasi sejak tahun 2014. Selama 8 tahun, UMKM Nuwun Food telah menjadi pelopor dalam bidang usaha pangan (makanan ringan kaya gizi) yang menjadikannya sebagai industri rumah tangga yang inovatif, kreatif dan berkesinambungan di masa mendatang. Dengan mengutamakan bahan baku berkualitas tinggi dan didukung dengan kandungan gizi berdasarkan *nutrition fact* yang dikeluarkan oleh PT. Sucofindo Surabaya, UMKM Nuwun Food terus berinovasi sehingga memperoleh legalitas produksi dari P-IRT (Dinas Kesehatan Kota Malang), Sertifikat Halal MUI (LP-POM MUI), IUMK (Pemerintah Kota Malang) serta NIB (Nomor Induk Berusaha) sehingga produk yang dihasilkan mempunyai nilai ekonomi kreatif yang tinggi dan aman. Ada Sembilan produk yang telah di produksi oleh UMKM yaitu; kripik lapis (dengan tiga varian), *Milky Ball* (dengan lima varian), Gachor, Hater (dengan dua varian), Nastar, Castengel, Putri Salju, Mente Cookies, dan *Dark Choco Cookies*.

Di Indonesia, hampir semua bidang terdampak, terutama pada sektor ekonomi yang telah menjadi andalan masyarakat (Arianto, 2020). Salah satu konsekuensinya adalah penurunan pertumbuhan ekonomi karena berkurangnya konsumsi rumah tangga (Nainggolan, 2020). Semua sektor ekonomi terpukul oleh pandemi Covid-19 ini, termasuk sektor Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah (UMKM). UMKM memegang peranan penting dalam pertumbuhan ekonomi Indonesia, yakni dalam meningkatkan Produk Domestik Bruto (Margunani, 2020) sebab UMKM merupakan salah satu sektor yang strategis dalam perekonomian nasional yang dapat dilihat dari penyerapan tenaga kerja (Abidin, 2015).

Sejak pandemi COVID 19 yang terjadi hingga saat ini, UMKM Nuwun Food mengalami penurunan di bidang penjualan sebab berkurangnya strategi pemasaran secara langsung (*on the spot selling*). Tidak bisa dipungkiri jika kegiatan pemasaran secara langsung berupa pameran maupun bazaar produk UMKM menjadi salah satu penopang strategi pemasaran yang dirasa cukup tepat sasaran. Hal tersebut dikarenakan UMKM akan mendapatkan kesempatan untuk memamerkan produknya dan menawarkan dalam jumlah besar secara langsung kepada para pelanggan maupun pembeli baru. Para pelanggan juga akan lebih mudah untuk mengikuti lokasi penjualan produk sehingga dapat menaikkan jumlah pemasukan. Selain itu, bazaar juga akan menjadi wadah bagi para UMKM yang berasal dari berbagai daerah (kecamatan maupun kelurahan) yang ada di kota Malang untuk berkumpul dan bertukar pengalaman serta ilmu baru. Situasi tersebut akan menghadirkan ide maupun gagasan baru bagi para pelaku UMKM untuk melakukan terobosan kerjasama guna mencapai produk ekonomi kreatif yang memiliki daya saing tinggi.

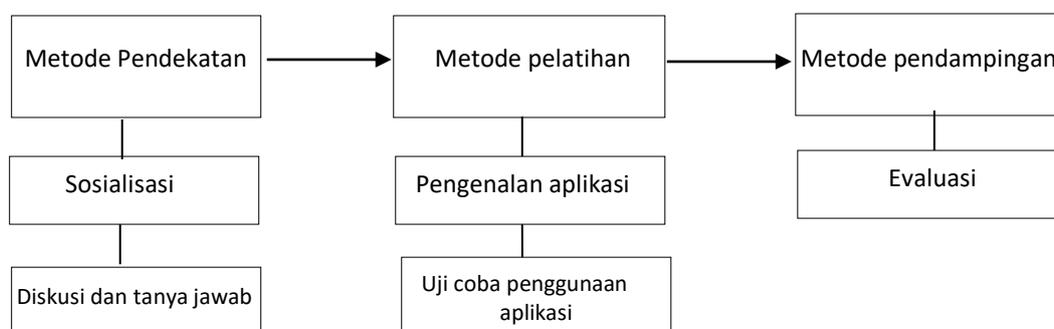
Sehubungan dengan kurang optimalnya penjualan secara langsung (*on the spot selling*), maka UMKM Nuwun Food mulai bergerak dalam bidang pemasaran daring (*online*) yang sebelum pandemi belum terlalu maksimal penggunaannya. Saat ini mitra Nuwun Food telah memiliki delapan media aplikasi pemasaran *online*, antara lain; WhatsApp, Telegram, Twitter, Instagram, Facebook, TikTok, Shopee, dan Tokopedia karena di era seperti ini pemasaran dengan menggunakan metode digital mutlak diperlukan jika tidak ingin tertinggal (Kristianti dkk., 2022). Namun karena keterbatasan informasi dan pengetahuan sehingga selama delapan tahun berjalan, Nuwunfood masih menggunakan penghitungan manajemen keuangan secara tradisional. Pencatatan keuangan yang baik adalah kunci dari faktor yang dapat menyebabkan keberhasilan atau kegagalan UMKM. Metode praktis dalam pencatatan keuangan pada UMKM adalah dengan menerapkan akuntansi dengan baik. Pencatatan akuntansi ini harus sesuai dengan setiap transaksi yang terjadi dan berdasarkan dengan standar akuntansi yang berlaku (Andrianto, 2017). Pencatatan keuangan dengan menggunakan digitalisasi dipercaya mampu memberikan kemudahan bagi para pelaku UMKM sehubungan dengan era digitalisasi yaitu era yang dimana menggunakan teknologi digital untuk mengubah model bisnis dan memberikan peluang baru untuk mendapatkan nilai baru bagi organisasi

(Singh P, 2017). Oleh sebab itu, dengan adanya laporan keuangan berbasis aplikasi digital ini dapat memudahkan UMKM untuk mengetahui kekayaan dan sumber kekayaannya, serta dapat mengetahui gambaran terkait usahanya. Salah satu aplikasi keuangan digital yang mudah digunakan adalah aplikasi Microsoft excel, Qasir, dan Desкера sehingga berdasarkan permasalahan yang dimiliki oleh IRT NuwunFood maka pengabdian ini bertujuan untuk mengenalkan ketiga aplikasi tersebut sekaligus mengedukasi agar beralih dari pencatatan manual ke modern atau digital.

## METODE KEGIATAN

Pengenalan aplikasi keuangan berbasis digital ini dilakukan di salah satu UMKM yang berbasis IRT bernama Nuwunfood yang berlokasi di Cemorokandang, Kedungkandang, kota Malang. Dalam kegiatan pengabdian ini, metode yang digunakan adalah pendekatan persuasive untuk memberikan kesempatan bagi mitra untuk menganalisa kebermanfaatan aplikasi di awal sebelum memutuskan untuk menggunakan. Dengan menggunakan cara pendekatan atau komunikasi persuasive maka akan tercipta hubungan yang baik dan berkesinambungan kedepannya. Menurut Rakhmat (2008) yang dikutip oleh Zakiyuddin Ahmad (2018) persuasif adalah proses komunikasi untuk mempengaruhi pendapat, sikap, dan tindakan orang dengan menggunakan manipulasi psikologis sehingga orang tersebut bertindak seperti atas kehendaknya sendiri. Persuasi adalah proses komunikasi yang mengajak atau membujuk orang lain dengan tujuan mengubah sikap, keyakinan dan pendapat sesuai keinginan komunikator. Pada definisi ini 'ajakan' atau 'bujukan' adalah tanpa unsur ancaman/ paksaan, menurut Burgon & Huffner (2002) yang dikutip oleh Syuderajat & Puspitasari (2018) . Menurut Nirmala (2015) bentuk pesan yang disampaikan dengan menggunakan metode komunikasi persuasif pada umumnya menggunakan metode persuasi tidak langsung sehingga penyampaian pesan terkesan tidak memerintah namun dibalut dalam bentuk ajakan maupun himbuan. Menurut Safriyah (2015) selain adanya tahapan dan komunikator yang memiliki peranan penting dalam metode komunikasi persuasif, penyusunan pesan juga merupakan hal yang perlu diperhatikan

Berikut adalah bagan alur kegiatan pengabdian guna mewujudkan tujuan dari kegiatan ini.



Gambar 1. Bagan alur kegiatan pengabdian

Pada bagan alur tersebut diatas metode dibedakan menjadi tiga proses yaitu:

### 1. Metode pendekatan.

Pada proses ini, dilakukan sosialisasi secara terbuka dan persuasive kepada IRT Nuwunfood terkait pentingnya penggunaan aplikasi keuangan digital sebagai sarana untuk memudahkan proses pencatatan akuntansi UMKM. Sosialisasi ini dilakukan sebagai upaya dalam menanamkan kesadaran akan manfaat aplikasi digital keuangan, dalam hal ini terbatas pada tiga aplikasi yaitu Microsoft excel, Qasir, dan Desкера. Ketiga aplikasi tersebut dipilih karena memiliki tingkat kesulitan yang rendah serta mudah diaplikasikan bagi pemula. Selain itu, dilakukan pula proses tanya jawab atau sesi wawancara ringan seputar latar belakang mitra lebih memilih menggunakan pencatatan

keuangan secara manual dibandingkan digital sehingga hasil wawancara tersebut dapat dijadikan data dan masukan terkait perubahan dalam pola pikir yang lebih baik.

2. Metode pelatihan.

Setelah dilakukan pendampingan secara persuasive terhadap IRT Nuwunfood, tahap selanjutnya adalah melakukan metode pelatihan. Dalam hal ini, pelatihan difokuskan pada aplikasi digital keuangan terpilih yang telah ditentukan di proses sebelumnya. Pengenalan aplikasi dilakukan dengan teknik *learning by doing* yang artinya mitra diberikan kesempatan untuk langsung belajar sambil latihan atau praktik. Dua aplikasi yaitu Kasir pintar dan Deskera merupakan aplikasi keuangan berbasis android sehingga diperlukan untuk mengunduh (download) melalui telepon selular masing-masing. Sedangkan untuk Microsoft excel merupakan aplikasi berbasis Microsoft office sehingga penggunaannya dapat lebih maksimal jika menggunakan computer atau laptop meskipun juga dapat diakses menggunakan telepon selular.

3. Metode pendampingan.

Selanjutnya pada proses terakhir dilakukan pendampingan selama penggunaan aplikasi tersebut agar jika ada kesulitan maupun pertanyaan dapat diberikan solusi yang tepat. Selain itu, dalam proses pendampingan juga dilakukan analisa bersama terkait kelebihan dan kekurangan masing-masing aplikasi lalu dipilih aplikasi yang paling tepat sesuai kebutuhan mitra.

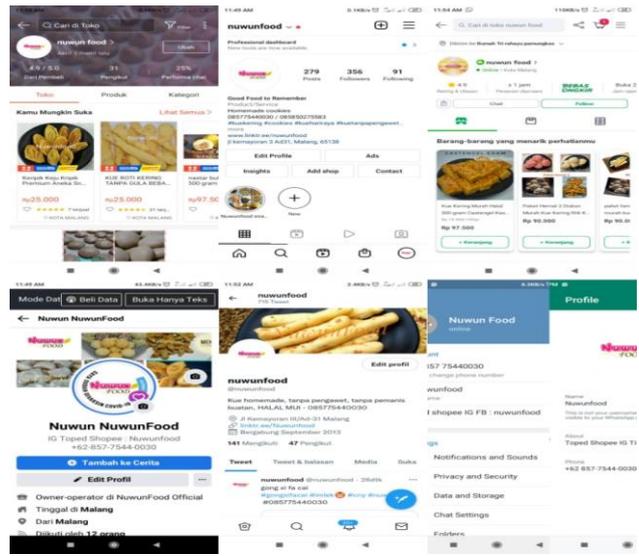
Dalam melakukan metode tersebut dibutuhkan dokumentasi berupa latar belakang kegiatan yang ada di IRT Nuwunfood untuk memantau keserasian penggunaan aplikasi dalam menunjang kegiatan manajemen keuangan digital.

## HASIL DAN PEMBAHASAN

Dalam kegiatan ini, metode pendekatan persuasive dilakukan untuk menggali informasi terkait kebutuhan dan kendala mitra dalam hal pencatatan keuangan secara digital. Metode pendekatan dengan menggunakan komunikasi persuasive dibuat senyaman mungkin dengan cara mengikuti tim IRT Nuwunfood dalam melakukan kegiatan bazaar untuk mengetahui strategi pemasaran produk serta paghitungan laba rugi di setiap strategi yang diterapkan. Berdasarkan hasil observasi dan tanya jawab secara tidak langsung tersebut diperoleh data bahwa IRT Nuwunfood melakukan rekap penjualan dan laporan *cashflow* di setiap akhir kegiatan dengan menggunakan sistem pencatatan keuangan secara manual. IRT Nuwunfood menyatakan jika pencatatan manual akan lebih aman karena kemungkinan untuk kehilangan data lebih kecil dibandingkan dengan menggunakan aplikasi karena bebas virus. Selain itu, IRT Nuwunfood juga berpendapat jika penghitungan menggunakan aplikasi memiliki kemungkinan untuk diretas mengingat maraknya tindak *phishing* maupun *cyber-crime* yang akhir-akhir ini sering terjadi. Berikut dokumentasi kegiatan IRT Nuwunfood ketika melakukan kegiatan pemasaran di program Bazaar yang juga di ikuti oleh tim PKM serta metode pemasaran secara online.

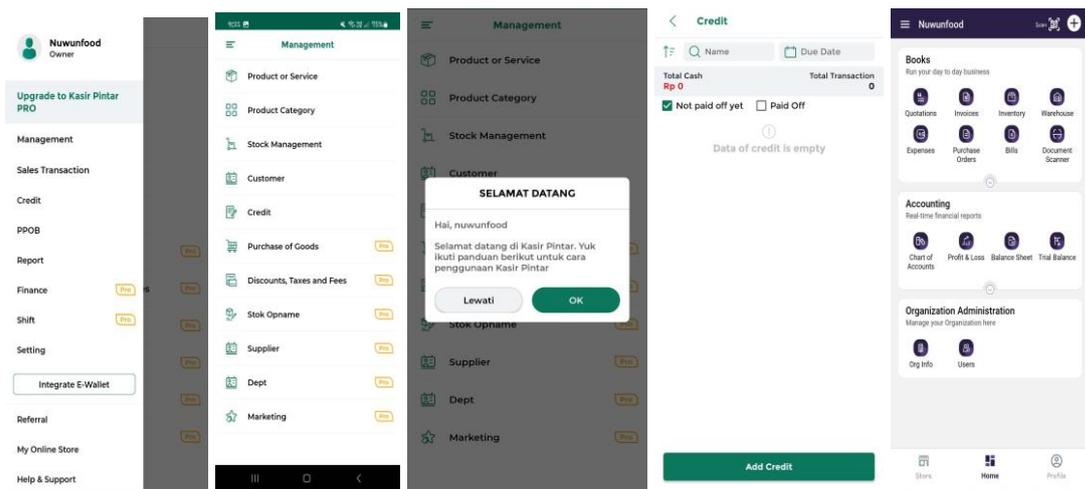


Gambar 1. Kegiatan pendekatan persuasif



Gambar 2. Pemasaran online akun Nuwunfood

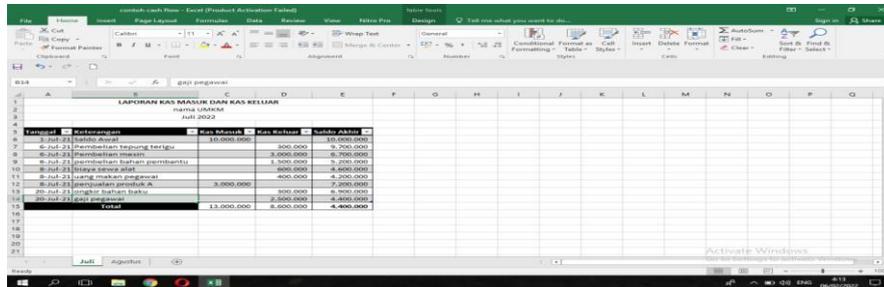
Selanjutnya setelah diperoleh data terkait permasalahan mitra yang merasa lebih nyaman menggunakan penghitungan keuangan secara manual, dilakukan metode selanjutnya yaitu pelatihan secara penggunaan aplikasi secara *personal*. Dalam kegiatan ini, IRT Nuwunfood diperkenalkan cara menggunakan ketiga aplikasi yaitu Microsoft excel, Kasir pintar, dan deskera secara bertahap mengingat mengajak mitra untuk melakukan perubahan dari kebiasaan yang ada bukanlah hal yang mudah. Namun IRT Nuwunfood terbuka dengan berbagai kesempatan untuk mempelajari sesuatu yang baru sehingga dari pelatihan sederhana ini diperoleh hasil bahwa IRT Nuwunfood lebih memilih untuk menggunakan aplikasi Microsoft Excell karena aplikasi tersebut dianggap lebih mudah digunakan dibandingkan Kasir Pintar dan Kadera. Microsoft Excell juga dinilai lebih sederhana meskipun tidak terdapat fitur selengkap Kadera dan Kasir Pintar namun di jaman serba digital ini, IRT Nuwunfood menganggap bahwa hal tersebut justru menjadi nilai plus bagi Microsoft Excell karena lebih aman dan dapat terhindar dari tindakan *cyber-crime*. Berikut adalah tampilan aplikasi Kasir pintar dan Kadera yang telah dilakukan uji coba menggunakan akun IRT Nuwunfood.



Gambar 3. Pembuatan akun Nuwunfood di aplikasi Kasir Pintar dan Kadera

Pada tahapan selanjutnya adalah pendampingan pemanfaatan aplikasi yang telah dipilih yaitu aplikasi Microsoft Excell. Dalam hal pendampingan ini, tim PKM tidak banyak melakukan edukasi

secara mendalam karena IRT Nuwunfood telah mengenal aplikasi tersebut sebelum membuka usaha UMKM Nuwunfood ini. Oleh sebab itu, tim PKM hanya melakukan review terkait rumus dasar dari Microsoft excel tanpa harus mengenalkan aplikasi tersebut dari awal. Berikut adalah contoh pemanfaatan aplikasi Microsoft excel sebagai sarana pencatatan keuangan digital IRT Nuwunfood. Berikut adalah contoh pencatatan keuangan digital IRT Nuwunfood dengan menggunakan Microsoft Excell.



Tanggal	Uraian	Kas Masuk	Kas Keluar	Saldo Akhir
	Saldo Awal		3.000.000	3.000.000
4-Jul-21	Pembelian tepung ketela		3.000.000	
4-Jul-21	Pembelian tepung ketela	3.000.000		3.000.000
4-Jul-21	Pembelian bahan pembuat		3.000.000	
4-Jul-21	Pembelian bahan pembuat	3.000.000		3.000.000
4-Jul-21	Pembelian bahan pembuat		400.000	
4-Jul-21	Pembelian bahan pembuat	400.000		4.000.000
4-Jul-21	Pembelian bahan pembuat		3.000.000	
4-Jul-21	Pembelian bahan pembuat	3.000.000		7.000.000
4-Jul-21	Pembelian bahan pembuat		300.000	
4-Jul-21	Pembelian bahan pembuat	3.000.000		4.300.000
4-Jul-21	Pembelian bahan pembuat		3.000.000	
4-Jul-21	Pembelian bahan pembuat	3.000.000		4.300.000
	Total	13.000.000	6.600.000	4.400.000

Gambar 4. Contoh hasil praktek penggunaan aplikasi Microsoft Excell

Dalam melaksanakan kegiatan ini yang menjadi kendala adalah ketidak stabilan jaringan internet di daerah mitra mengingat Cemorokandang dikelilingi oleh beberapa gunung sehingga penggunaan aplikasi yang membutuhkan jaringan internet menjadi sedikit terhambat sehingga pemanfaatannya kurang maksimal. Namun terlepas dari kendala tersebut, tujuan dari pengabdian Masyarakat ini telah tercapai yaitu mengenalkan aplikasi pencatatan keuangan digital bagi IRT Nuwunfood yang mendapat sambutan baik serta diperoleh pemahaman guna mendukung keberlangsungan usaha IRT Nuwunfood ini.

## KESIMPULAN DAN SARAN

Dari kegiatan pengabdian ini dapat disimpulkan jika aplikasi pencatatan keuangan secara digital mampu meringankan beban UMKM dan mempermudah dalam melakukan pencatatan akuntansi maupun *cash flow* harian. Namun kelemahan aplikasi tersebut karena dilakukan secara daring sehingga mengurangi kenyamanan dan keamanan sebab tidak menutup kemungkinan dapat terjadi tindakan kejahatan siber (*cyber-crime*). Oleh sebab itu dibutuhkan edukasi lanjutan bagi para pelaku UMKM pengguna aplikasi pencatatan keuangan digital berupa himbuan dan arahan dalam bentuk sosialisasi keamanan bertransaksi agar terhindar dari tindakan kejahatan siber. Kegiatan tersebut dapat dijadikan kegiatan pengabdian selanjutnya agar tetap berkesinambungan dengan kegiatan pengabdian ini sehingga UMKM pengguna aplikasi pencatatan keuangan digital jenis apapun dapat terhindar dari tindak kejahatan siber.

## UCAPAN TERIMAKASIH

Terima kasih ditujukan kepada Bapak Ipong Pratomo Raharjo dan Ibu Tri Rahayu Pamungkas selaku pemilik usaha IRT Nuwunfood atas waktu dan kesempatan yang diberikan sehingga kegiatan pengabdian ini dapat terlaksana dengan baik. Ucapan terima kasih juga ditujukan kepada para pegawai dari IRT Nuwunfood atas kerjasama baiknya demi ketercapaian tujuan dari kegiatan pengabdian ini.

## DAFTAR PUSTAKA

- Abidin, M. (2015). Kebijakan Fiskal dan Peningkatan Peran Ekonomi UMKM. Diambil kembali dari <https://www.kemenkeu.go.id/publikasi/artikel-dan-opini/kebijakan-fiskal-dan-peningkatan-peran-ekonomi-umkm>
- Andrianto, M. R. (2017). Pencatatan Akuntansi pada Usaha Peternakan Ayam Petelur (Studi Kasus Usaha Peternakan Ayam Petelur di Kecamatan Sugio Lamongan). *Majalah Ekonomi*, 1-7.

- Arianto, B. (2020). Pengembangan UMKM Digital di Masa Pandemi Covid-19. *ATRABIS: Jurnal Administrasi Bisnis*, 233-247. <http://dx.doi.org/10.38204/atrabis.v6i2.512>
- Bambang Sugeng. 2017. *Manajemen Keuangan Fundamental*. Deepublish: Yogyakarta.
- Haris Nurdiansyah dan Robbi Saepul Rahman. 2019. *Pengantar Manajemen*. Diandra Kreatif: Yogyakarta.
- Kanyoto. 2018. *Manajemen Keuangan Konsep dan Implementasi*. UB Press: Malang.
- Kristianti, T., Aryanto Balol, W., & Puspitasari, P. (2022). Pelatihan Jaringan Digital Marketing Sebagai Sarana Penunjang Pemasaran Produk UMKM di Desa Sukopuro, Jabung, Kabupaten Malang Jawa Timur. *AJAD : Jurnal Pengabdian Kepada Masyarakat*, 2(1), 21–28. <https://doi.org/10.35870/ajad.v2i1.26>
- Margunani, I. S. 2020. Pelatihan Pencatatan Keuangan Sederhana UMKM Intip Desa Nyatnyono Ungaran Semarang. *Panrita Abdi*, 305-313. <https://doi.org/10.20956/pa.v4i3.7762>
- Nainggolan, E. U. 2020. UMKM Bangkit, Ekonomi Indonesia Terungkit. Diambil kembali dari Artikel Direktorat Jenderal Keuangan Negara (DJKN): <https://www.djkn.kemenkeu.go.id/artikel/baca/13317/UMKM-Bangkit-Ekonomi-Indonesia-Terungkit.html>
- Nirmala, V. 2015. Tindak Tutur Ilokusi pada Iklan Komersial Sumatera Ekspres. *Kandai*, 11(2), 139–150. doi: <https://doi.org/10.26499/jk.v11i2.222>
- Pemerintah Kota Malang Kecamatan Kedungkandang, (Online), <https://keckedungkandang.malangkota.go.id/data-dan-informasi/data-penduduk/> diakses ada tanggal 1 mei 2024.
- Safriyah, A. 2015. Tindak Tutur Imbauan Dan Larangan Pada Wacana Persuasi Di Tempat-Tempat Kos Daerah Kampus. *Surakata: Universitas Muhamadiyah Surakarta*. Diambil kembali dari <http://eprints.ums.ac.id/32764/>
- Septiviani, R. H., & Utiyati, S. (2022). Pengaruh Likuiditas, Leverage, dan Profitabilitas terhadap Nilai Perusahaan Construction. *Jurnal Ilmu Dan Riset Manajemen*, 11(4). <http://jurnalmahasiswa.stiesia.ac.id/index.php/jirm/article/view/4504>
- Singh P, G. M. 2017. Impact of Digitalization on Small and Medium Enterprises in India. *Indian Journal of Research*, 468-469. <https://doi.org/10.36106/paripex>
- Syuderajat, F., & Puspitasari, K. (2018). Social Media Management by PT GMF AEROASIA Corporate Communication Unit. *Jurnal Komuniti*, 9(2), 81–97. <http://dx.doi.org/10.23917/komuniti.v9i2.4173>
- Zakiyuddin Ahmad. (2018). Teknik Teknik Propaganda Politik Jalaludin Rakhmat (Studi Kasus Pada Kampanye Pemilu 2014 di Kabupaten Bandung dan Kabupaten Bandung Barat). *Jurnal Academia Praja*, 1(1), 39–58. <https://doi.org/10.36859/jap.v1i01.41>