



Mewujudkan Keunggulan SDG dan Transformasi Digital UMKM 2030 melalui Literasi Digital dan Finansial

**Ranti Mustika Putri*¹, Hadigufri Triha², Alima Shofia³, Mutia Alius⁴,
Trinda Farhan Satria⁵, Hafizul Amali⁶, Dea Amiszalina⁷**

^{1,2,3,4,5,6,7} Teknik Industri, Universitas Adzka

e-mail: rantimustika.ti@adzka.ac.id^{1*}, hadigufri@adzka.ac.id²,
alimashofia_ti@adzka.ac.id³, mutiaalius.ti@adzka.ac.id⁴, trindafarhan@adzka.ac.id⁵,
hafizulamali@gmail.com⁶, dea.amiszalina@gmail.com⁷

Abstrak

Program pengabdian masyarakat ini bertujuan untuk meningkatkan literasi digital dan finansial pelaku Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah (UMKM), dengan fokus pada Keluarga Laundry, sebuah usaha laundry di Kota Padang. Permasalahan yang dihadapi meliputi keterbatasan pengetahuan dalam penggunaan teknologi digital untuk operasional dan pemasaran, serta kurangnya pemahaman dalam pengelolaan keuangan yang baik. Untuk mengatasi permasalahan ini, program dirancang dengan metode pelatihan intensif dan pendampingan langsung. Pelatihan meliputi penggunaan aplikasi kasir yang membantu pencatatan keuangan otomatis, pemisahan keuangan pribadi dan bisnis, serta analisis laporan keuangan untuk meningkatkan efisiensi operasional. Selain itu, pelatihan pemasaran digital dilakukan untuk meningkatkan jangkauan pasar, melalui pembuatan konten kreatif dan strategi pengelolaan media sosial yang efektif. Dalam waktu pelaksanaan yang singkat, program ini berhasil memberikan dampak positif, seperti tercatatnya rata-rata 20-30 transaksi harian secara otomatis melalui aplikasi kasir, serta dihasilkannya konten promosi digital untuk meningkatkan engagement pelanggan.

Kata kunci: UMKM, Literasi Digital, Literasi Finansial, Transformasi Digital

Abstract

This community service program aims to increase the digital and financial literacy of Micro, Small and Medium Enterprises (MSMEs), with a focus on the Laundry Family, a laundry business in Padang City. The problems faced include limited knowledge in using digital technology for operations and marketing, as well as a lack of understanding in good financial management. To overcome this problem, the program was designed with intensive training methods and direct mentoring. Training includes the use of cashier applications that help with automatic financial recording, separation of personal and business finances, and analysis of financial reports to increase operational efficiency. In addition, digital marketing training is carried out to increase market reach, through creating creative content and effective social media management strategies. In a short implementation time, this program succeeded in having a positive impact, such as recording an average of 20-30 daily transactions automatically through the cashier application, as well as producing digital promotional content to increase customer engagement.

Keywords: MSMEs, Digital Literacy, Financial Literacy, Digital Transformation

1. PENDAHULUAN

Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah (UMKM) merupakan salah satu pilar utama dalam perekonomian Indonesia. Sebuah negara perlu memiliki sektor usaha mikro, kecil, dan menengah yang kokoh sebagai fondasi penting untuk mengembangkan industri distribusi yang tangguh dalam ekonomi. Oleh sebab itu, UMKM yang berperforma baik dan dapat berkembang secara optimal sangat krusial untuk mencapai pertumbuhan ekonomi yang stabil dan berkelanjutan (Ye & Kulathunga, 2019). Di Kota Padang, UMKM memegang peran vital dalam mendukung pertumbuhan ekonomi, menciptakan lapangan kerja, dan meningkatkan kesejahteraan masyarakat (Jasri et al, 2021). Namun, meskipun memiliki peran strategis, banyak UMKM di Kota Padang yang masih menghadapi tantangan besar dalam upaya untuk berkembang dan berkontribusi lebih maksimal terhadap pencapaian Tujuan Pembangunan Berkelanjutan (Sustainable Development Goals atau SDG) serta beradaptasi dengan era digital (Santoso dan Sos, 2019).

Kualitas kinerja UKM dipengaruhi oleh beberapa karakteristik, termasuk literasi keuangan dan literasi digital. Perusahaan yang mengelola dan melaporkan dananya secara jelas dan akurat akan lebih sukses (Setyanugraha & Hasibun, 2020). Selain itu, peningkatan literasi digital UMKM membuka jalan bagi transformasi digital yang adil, yang pada gilirannya memberikan efek positif yang lebih besar pada dukungan ekonomi makro perekonomian negara (Setiawan et al., 2021).

Salah satu tantangan terbesar yang dihadapi oleh UMKM adalah rendahnya tingkat literasi digital dan finansial (Salam, 2024). Literasi digital merupakan kemampuan untuk menggunakan teknologi digital secara efektif dan efisien, sementara literasi finansial melibatkan pemahaman tentang pengelolaan keuangan yang baik dan kemampuan untuk membuat keputusan finansial yang tepat (Nurhidayat et al, 2022; Landang et al, 2021). Kedua jenis literasi ini sangat penting bagi UMKM untuk dapat bersaing di era digital dan mengoptimalkan potensi mereka dalam mencapai tujuan bisnis yang berkelanjutan. Selain itu, perkembangan teknologi informasi dan komunikasi telah mengubah lanskap bisnis secara drastis. Transformasi digital menjadi keniscayaan bagi UMKM untuk tetap relevan dan kompetitif. Namun, kurangnya pemahaman tentang penggunaan teknologi digital, seperti platform *e-commerce*, media sosial, dan aplikasi keuangan, mengakibatkan banyak UMKM di Kota Padang tertinggal dalam memanfaatkan peluang yang ada (Mardikaningsih dan Darmawan, 2023; Harto et al, 2023). Persaingan yang tinggi membuat digitalisasi semakin penting untuk diperhatikan oleh pelaku UMKM.

Selain karena tuntutan era digital, promosi melalui media digital juga terbukti lebih efisien dan efektif (Irawan, 2023). Oleh karena itu, untuk meningkatkan pengetahuan dan pemahaman pelaku UMKM di Kota Padang terhadap literasi digital dan literasi finansial maka diadakan pengabdian masyarakat ini. Kegiatan ini akan diberikan kepada pelaku UMKM dalam bentuk bimbingan dan pendampingan teknis dalam peningkatan literasi digital dan finansial.

Kota Padang sebagai ibu kota Provinsi Sumatera Barat memiliki potensi ekonomi yang cukup besar, khususnya dari sektor UMKM. Namun, berdasarkan observasi dan data dari Dinas Koperasi dan UMKM Kota Padang, masih banyak

UMKM yang belum mengintegrasikan teknologi digital dalam kegiatan operasional (Yusuf et al, 2023). Beberapa kendala yang dihadapi oleh UMKM antara lain (Mardiana et al, 2022; Prakoso, 2020; Endrawati et al, 2023):

1. Keterbatasan Pengetahuan Teknologi
Pelaku UMKM saat ini masih terbatas dalam pengetahuan dan keterampilan untuk menggunakan teknologi digital dalam proses bisnisnya seperti penggunaan media sosial untuk pemasaran, *e-commerce* untuk penjualan, dan aplikasi keuangan untuk manajemen keuangan.
2. Keterbatasan Literasi Finansial
Pelaku UMKM umumnya belum memiliki pemahaman yang baik tentang pengelolaan keuangan yang benar. Hal ini seringkali menyebabkan masalah seperti manajemen kas yang buruk, kesulitan dalam mendapatkan akses pembiayaan, serta keputusan finansial yang tidak tepat.
3. Keterbatasan akses terhadap pelatihan dan sumber daya
Akses terhadap pelatihan dan sumber daya yang memadai untuk meningkatkan literasi digital dan finansial masih terbatas. Banyak UMKM yang tidak memiliki waktu atau biaya untuk mengikuti pelatihan yang tersedia.

Berdasarkan analisis situasi di atas, dapat diidentifikasi beberapa permasalahan utama yang dihadapi oleh mitra UMKM di Kota Padang, yaitu:

1. Pelaku UMKM belum menyadari pentingnya digitalisasi dalam proses bisnisnya. Beberapa pelaku UMKM yang sudah menyadari pentingnya digitalisasi bahkan masih merasa kesulitan dalam mengaplikasikannya.
2. Pengelolaan keuangan yang tidak efektif sering kali menjadi hambatan bagi UMKM untuk berkembang. Ketidakmampuan dalam memisahkan keuangan pribadi dan bisnis, kurangnya perencanaan keuangan, serta tidak adanya pencatatan keuangan yang baik menjadi masalah yang sering dihadapi.
3. UMKM di Kota Padang sering kali menghadapi kesulitan dalam mengakses pasar yang lebih luas, terutama melalui platform digital. Hal ini mengakibatkan produknya kurang dikenal dan kalah bersaing dengan produk dari luar daerah yang sudah lebih dulu memanfaatkan teknologi digital.

Salah satu jenis UKM di industri bidang jasa yang saat ini sedang berkembang pesat di masyarakat adalah usaha laundry (Sari et al., 2017). Usaha laundry termasuk dalam jenis usaha dengan siklus perputaran yang cepat, di mana permintaan pelanggan biasanya memiliki rentang waktu yang singkat. Selain itu, laundry merupakan usaha yang berkelanjutan karena selalu menjadi kebutuhan pokok banyak orang. Aktivitas mencuci pakaian merupakan bagian dari kebutuhan primer manusia, khususnya dalam hal sandang. Faktor inilah yang menjadikan bisnis laundry memiliki peluang yang sangat menjanjikan (Setiyawati et al., 2016).

Salah satu UMKM yang memiliki potensi besar namun menghadapi tantangan adalah Keluarga Laundry, yang berlokasi di Komplek Perumahan Taruko I, Kecamatan Kuranji, Padang. Melihat kondisi ini, program pengabdian kepada masyarakat dilakukan untuk memberikan pendampingan teknis kepada usaha Keluarga Laundry. Program ini mencakup dua komponen utama: pertama, penggunaan aplikasi kasir untuk membantu pengelolaan keuangan dan operasional sehari-hari; kedua, penyusunan dan pelatihan strategi pemasaran

digital untuk meningkatkan jangkauan pasar dan memperkuat citra usaha melalui media sosial.

Dengan pendekatan ini, diharapkan Keluarga Laundry dapat bertransformasi menjadi usaha yang lebih modern dan kompetitif, serta mampu memberikan kontribusi yang lebih besar terhadap perekonomian lokal dan pencapaian Tujuan Pembangunan Berkelanjutan (Sustainable Development Goals/SDGs).

2. METODE

Pelaksanaan kegiatan pengabdian masyarakat ini menggunakan metode pelatihan intensif dan pendampingan langsung yang difokuskan pada peningkatan literasi digital dan finansial bagi UMKM, dalam hal ini Keluarga Laundry yang berlokasi di Komplek Perumahan Taruko I, Kecamatan Kuranji, Padang. Kegiatan ini dirancang agar praktis dan dapat memberikan dampak nyata dalam waktu singkat. Kegiatan dilakukan pada tanggal 06 Desember 2024 yang diikuti oleh dosen dan mahasiswa program studi Teknik Industri, Universitas Adzka.

Untuk menunjang pelaksanaan kegiatan pengabdian kepada Keluarga Laundry, dilakukan beberapa tahapan kegiatan sebagai berikut:

1. Tahap Persiapan

Pada tahap ini, tim pengabdian masyarakat melakukan wawancara dengan pemilik Keluarga Laundry untuk mengidentifikasi kebutuhan utama terkait digitalisasi operasional dan pemasaran, serta menyepakati waktu dan tempat pelaksanaan kegiatan. Tim juga menyusun materi pelatihan yang meliputi tutorial penggunaan aplikasi kasir laundry dan strategi pembuatan konten untuk media sosial. Materi disusun secara ringkas dan aplikatif, dengan fokus pada solusi yang relevan untuk operasional dan pemasaran Keluarga Laundry.

2. Tahap Pelaksanaan

a. Pelatihan Penggunaan Aplikasi Kasir Laundry

Pemilik dan pengelola Keluarga Laundry diberikan pelatihan intensif tentang cara menggunakan aplikasi Kasir Laundry yang telah disediakan. Pelatihan ini mencakup pengelolaan transaksi harian, pencatatan keuangan otomatis, pengelolaan laporan bulanan, dan pemisahan keuangan pribadi dan bisnis. Pelaku usaha langsung mempraktikkan penggunaan aplikasi selama sesi pelatihan.

b. Pembuatan Konten untuk Media Sosial

Tim pengabdian membantu Keluarga Laundry dalam merancang konten kreatif untuk media sosial. Pelatihan ini melibatkan pengenalan alat desain sederhana, pembuatan foto dan video produk yang menarik, serta strategi unggahan untuk meningkatkan engagement dan menjangkau lebih banyak pelanggan. Selain itu, tim memberikan panduan dalam menyusun kampanye promosi di platform seperti Instagram dan Facebook.

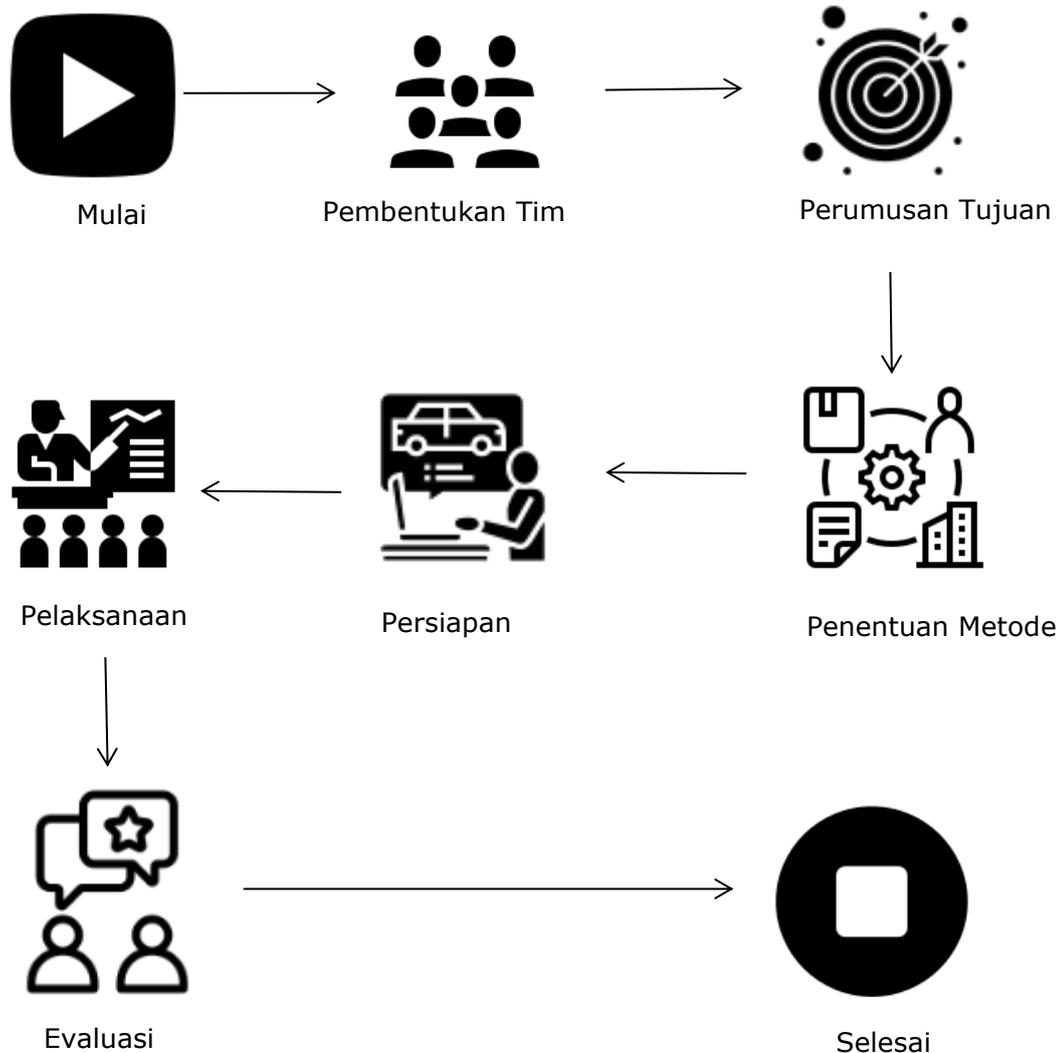
3. Tahap Evaluasi

Pada tahap evaluasi, dilakukan penilaian terhadap pemahaman peserta dan penerapan materi yang telah disampaikan. Evaluasi mencakup:

a. Diskusi interaktif untuk menjawab pertanyaan dan memberikan solusi langsung atas tantangan yang dihadapi Keluarga Laundry.

b. Penyusunan rencana tindak lanjut sederhana yang berfokus pada penggunaan rutin aplikasi kasir dan penerapan strategi media sosial yang telah dipelajari.

Untuk mempermudah dalam kegiatan pengabdian ini, maka dibuatkan kerangka kerja kegiatan seperti pada gambar 3.1 berikut ini (Putri, et al, 2024).



Gambar 1. Kerangka Kerja Kegiatan Pengabdian kepada Masyarakat

3. HASIL DAN PEMBAHASAN

Kegiatan pengabdian kepada masyarakat yang dilakukan bertujuan untuk memberikan solusi atas permasalahan yang dihadapi oleh Keluarga Laundry. Berikut adalah hasil-hasil yang diperoleh selama pelaksanaan kegiatan yang disajikan pada Tabel 1.

Tabel 1. Hasil Pelaksanaan Kegiatan

No	Bidang	Kegiatan	Hasil	Peran Tim Pengabdian
1	Literasi finansial (Digitalisasi Operasional dengan Aplikasi Kasir Laundry)	Tim pengabdian memberikan langganan aplikasi kasir laundry kepada mitra dan melakukan pelatihan intensif terkait penggunaannya. Pelatihan meliputi pencatatan transaksi harian, pembuatan laporan keuangan otomatis, pemisahan keuangan bisnis dan pribadi, serta pengelolaan data pelanggan.	<ul style="list-style-type: none"> - Mitra berhasil menggunakan aplikasi kasir untuk mencatat rata-rata 20-30 transaksi per hari. - Laporan keuangan otomatis yang dihasilkan aplikasi membantu mitra menganalisis pendapatan mingguan dan bulanan. 	Tim pengabdian memberikan tutorial penggunaan aplikasi kasir secara langsung dan mendampingi mitra dalam mencatat transaksi awal. Selain itu, tim juga membantu dalam mengintegrasikan aplikasi dengan perangkat yang dimiliki mitra, seperti smartphone dan printer.
2	Literasi digital (Peningkatan Pemasaran Digital melalui Konten Media Sosial)	Tim membantu Keluarga Laundry dalam merancang strategi pemasaran digital melalui media sosial. Pelatihan meliputi pembuatan konten visual (foto dan video), teknik dasar desain grafis, dan strategi pengelolaan media sosial untuk meningkatkan engagement.	<ul style="list-style-type: none"> - Sebanyak 3 konten promosi (poster digital) berhasil dibuat selama sesi pelatihan. 	Tim pengabdian memandu mitra dalam memanfaatkan alat desain grafis sederhana untuk membuat konten visual menarik. Selain itu, tim memberikan strategi unggahan terjadwal dan cara merespons pelanggan secara profesional di media sosial.

Pelaksanaan program pengabdian masyarakat diharapkan dapat memberikan dampak nyata bagi Keluarga Laundry dalam meningkatkan efisiensi operasional dan daya saing di era digital. Transformasi ini dapat dilihat dari beberapa aspek berikut:

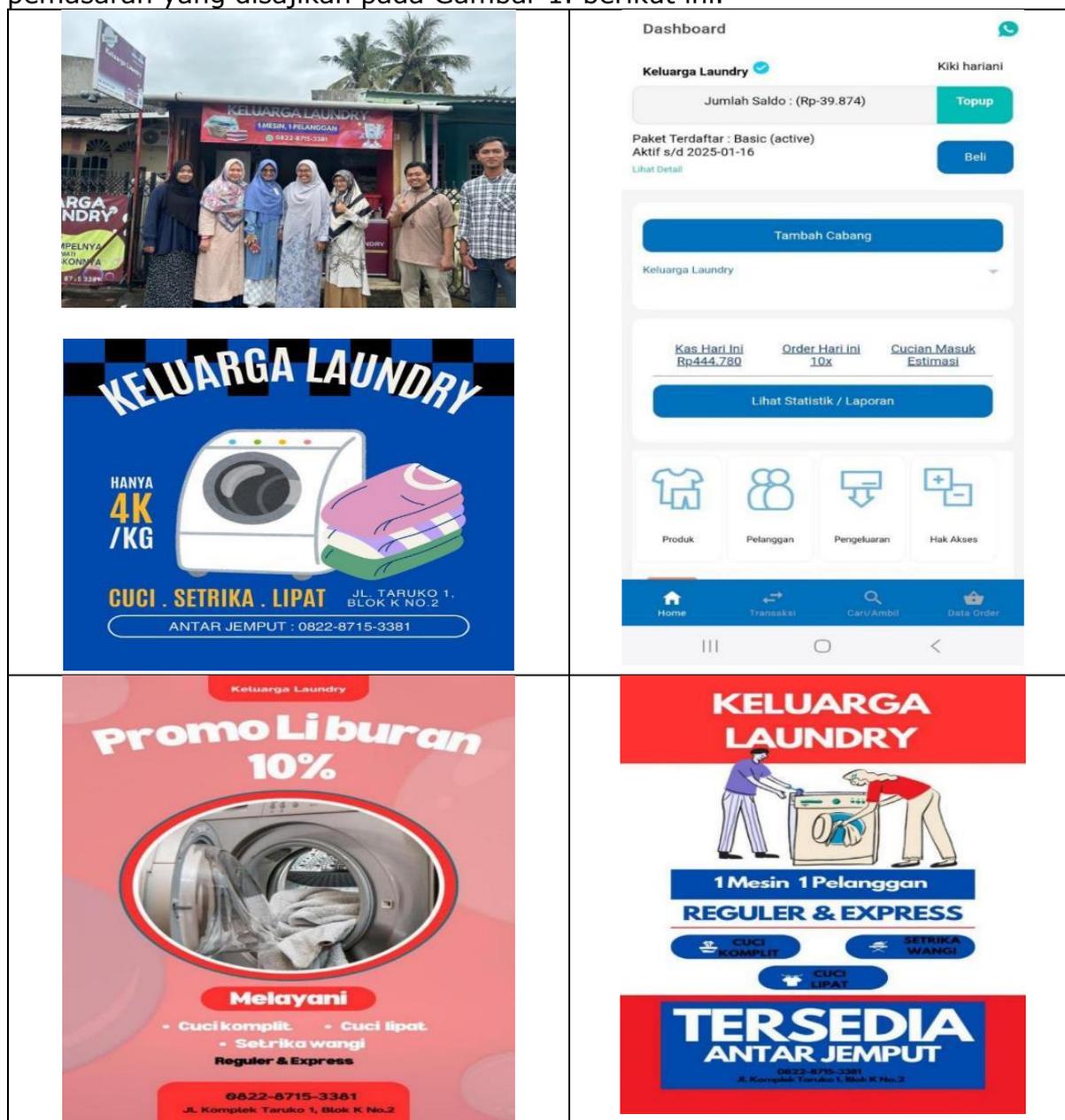
1. Efisiensi Operasional

Digitalisasi operasional melalui aplikasi kasir laundry memberikan dampak signifikan terhadap pengelolaan usaha sehari-hari, membantu Keluarga Laundry menghemat waktu dan mengurangi kesalahan pencatatan.

2. Peningkatan Daya Saing

Dengan strategi pemasaran digital yang diterapkan, Keluarga Laundry mampu menjangkau pelanggan lebih luas dan meningkatkan citra usaha di platform digital.

Berikut adalah beberapa dokumentasi kegiatan pengabdian masyarakat yang dilakukan bersama Keluarga Laundry. Dokumentasi ini mencakup pelatihan, pendampingan, dan hasil implementasi solusi digitalisasi operasional dan pemasaran yang disajikan pada Gambar 1. berikut ini.



Gambar 2. Dokumentasi Kegiatan Pengabdian Masyarakat berupa Aplikasi Kasir dan Konten Media Sosial



4. KESIMPULAN

Program pengabdian masyarakat yang dilaksanakan bersama Keluarga Laundry berhasil menjawab tantangan utama yang dihadapi mitra dalam operasional dan pemasaran di era digital. Penerapan aplikasi kasir laundry meningkatkan efisiensi pencatatan transaksi dan pengelolaan keuangan, sementara strategi pemasaran digital melalui media sosial memperluas jangkauan pelanggan dan meningkatkan daya saing usaha.

Implikasi dari kegiatan ini menunjukkan bahwa transformasi digital tidak hanya memberikan dampak langsung pada peningkatan kinerja operasional UMKM, tetapi juga menciptakan peluang bagi pelaku usaha kecil untuk bersaing lebih kompetitif di pasar yang semakin digital. Dengan digitalisasi ini, UMKM seperti Keluarga Laundry dapat lebih siap menghadapi perubahan lanskap bisnis dan berkontribusi lebih besar pada perekonomian lokal.

Sementara itu, kegiatan ini memiliki keterbatasan waktu pelaksanaan yang singkat, sehingga pembahasan materi hanya mencakup dasar-dasar aplikasi kasir dan strategi pemasaran digital. Ke depan, pendampingan lebih lanjut diperlukan untuk memastikan keberlanjutan penerapan solusi yang telah diberikan.

UCAPAN TERIMA KASIH

Penulis mengucapkan terima kasih kepada Lembaga Penelitian dan Pengabdian Masyarakat Universitas Adzka atas dukungan dan pendanaan yang diberikan dalam pelaksanaan kegiatan pengabdian masyarakat ini. Dukungan tersebut memungkinkan program ini berjalan dengan baik dan memberikan manfaat nyata bagi mitra, Keluarga Laundry, dalam meningkatkan efisiensi operasional dan daya saing usaha. Terima kasih juga kepada seluruh pihak yang telah berkontribusi dalam keberhasilan kegiatan ini.

DAFTAR PUSTAKA

- Alius, M., Shofia, A., Triha, H., Satria, T. F., Harma, B., & Mulia, J. R. (2023). Analisis Pengaruh Pertumbuhan Angkatan Kerja, Inflasi dan Suku Bunga terhadap Jumlah UMKM. *Indonesian Journal of Multidisciplinary on Social and Technology*, 1(3), 290-296.
- Amrina, E., Kamil, I., Triha, H., & Yulianto, A. A. (2019). Sistem Informasi Pemasaran Biduk Wisata Pulau Berbasis Web Mobile (Studi Kasus di Sungai Pisang, Padang, Sumatera Barat). *Jurnal Optimasi Sistem Industri*, 18(2), 142-152.
- Endrawati, T., Safarudin, M. S., Windreis, C., Mulyadi, A. R., Zahruddin, A., & Yusnanto, T. (2023). Pelatihan Manajemen Bisnis Dan Pemasaran Online Bagi Umkm Di Berbagai Provinsi. *Community Development Journal: Jurnal Pengabdian Masyarakat*, 4(2), 4501-4512. <https://doi.org/10.31004/cdj.v4i2.15990>
- Fachri, A., Triha, H., Syaputra, A. E., Putra, F. A., & Putri, R. M. (2024). Perencanaan Karir Siswa SMAN 1 Kota Solok Menghadapi Industry 4.0 dan Society 5.0. *Risalah: Jurnal Pengabdian Kepada Masyarakat*, 1(1), 9-17.
- Harto, B., Pramuditha, P., Rukmana, A. Y., Sofyan, H., Rengganawati, H., Dwijayanti, A., & Sumarni, T. (2023). Strategi Social Media Marketing

- Melalui Dukungan Teknologi Informasi dalam Kajian Kualitatif Pada UMKM Kota Bandung. *Komversal*, 5(2), 244-261. DOI: 10.38204/komversal.v5i2.1499
- Irawan, E. (2023). Literature Review: Literasi Digital, Literasi Ekonomi, Dan Inovasi Bisnis Mempengaruhi Manajemen Strategi Pemasaran Usaha Mikro Kecil Menengah. *EBISMAN: EBisnis Manajemen*, 1(4), 30-41. <https://doi.org/10.59603/ebisman.v1i4.226>
- Jasri, J., Mustamin, S. W., & Nurmayanti, S. (2023). Analisis Pemberdayaan UMKM dalam Perspektif Ekonomi Syariah untuk Mencapai Kesejahteraan Masyarakat. *Jurnal Penelitian UPR*, 3(2), 47-54. <https://doi.org/10.52850/jptupr.v3i2.10729>
- Landang, R. D., Widnyana, I. W., & Sukadana, I. W. (2021). Pengaruh Literasi Keuangan, Perilaku Keuangan dan Pendapatan Terhadap Keputusan Berinvestasi Mahasiswa Fakultas Ekonomi Universitas Mahasaraswati Denpasar. *EMAS*, 2(2).
- Mardiana, N., Azwar, A. G., Nurhayati, L., Nurwathi, N., Wijaya, W., Munandar, A., ... & Nurbani, S. N. (2022). Digitalisasi Pemasaran Hasil Produksi UMKM Desa. *Jurnal Abdimas Sang Buana*, 3(1), 1-9. <https://doi.org/10.32897/abdimasusb.v3i1.1150>
- Mardikaningsih, R., & Darmawan, D. (2023). Strategi Inovasi Bisnis Sebagai Upaya Peningkatan Keunggulan Kompetitif Dan Pertumbuhan Bisnis UMKM Industri Kreatif Di Era Digital. *Global Leadership Organizational Research in Management*, 1(4), 371-386. <https://doi.org/10.59841/glory.v1i4.925>
- Nurhidayat, E., Herdiawan, R. D., & Rofi'i, A. (2022). Pelatihan Peningkatan Literasi Digital Guru Dalam Mengintegrasikan Teknologi di SMP Al-Washilah Panguragan Kabupaten Cirebon. *Papanda Journal of Community Service*, 1(1), 27-31. <https://doi.org/10.56916/pjcs.v1i1.71>
- Prakoso, A. (2020). Pengaruh Literasi Keuangan terhadap Kinerja UMKM se-Eks Karesidenan Besuki Jawa Timur. *Valid: Jurnal Ilmiah*, 17(2), 151-161.
- Putri, R. M., Triha, H., Shofia, A., Harma, B., & Fithri, P. (2024). Evaluasi Kontribusi Tenaga Kerja dan Perusahaan terhadap Laba Bersih BUMD: Studi Empiris di Sumatera Barat. *Jurnal Surya Teknik*, 11(1), 262-267.
- Putri, R. M., Shofia, A., Alius, M., Triha, H., & Satria, T. F. (2024). Seminar dan Pelatihan Keterampilan untuk Pemberdayaan Siswa Vokasi Dalam Membangun Rencana Bisnis Jasa Boga di Era Industri 4.0. *Dedikasi: Jurnal Pengabdian Pendidikan dan Teknologi Masyarakat*, 2(1), 57-61. <https://doi.org/10.31004/dedikasi.v2i1.41>
- Salam, A. (2024). Transformasi Digital UMKM Indonesia di Era Industri 5.0: Studi Kasus di Kota Banda Aceh. *Jurnal Manajemen dan Teknologi*, 1(1), 1-10. <https://doi.org/10.35870/jmt.v1i1.772>
- Santoso, B., & Sos, S. (2019). Pilar Sosial Dalam Indikator Pembangunan Berkelanjutan. *UPT Penerbitan & Percetakan Universitas Jember*, 54.
- Setiawan, T., Susetyo, D. P., & Pranajaya, E. (2021). Edukasi Literasi Digital: Pendampingan Transformasi Digital Pelaku UMKM Sukabumi Pakidulan. *J-ABDI: Jurnal Pengabdian Kepada Masyarakat*, 1(7), 1599-1606. <https://doi.org/10.53625/jabdi.v1i7.692>
- Setyanugraha, S., & Hasibuan, R. R. (2020). Anteseden Loyalitas Konsumen Dari Pemberian Layanan Produk Internet PT. Laxo. *Jurnal Ekonomi Manajemen*, 6(1), 21-30.

- Triha, H., Shofia, A., Putri, R. M., Alius, M., & Satria, T. F. (2023). Correlation between the Number of MSMEs and the Growth of the Workforce with the Regression Analysis Model. *Journal of Computer Scine and Information Technology*, 7-12.
- Ye, J., & Kulathunga, K. M. M. C. B. (2019). How does financial literacy promote sustainability in SMEs? A developing country perspective. *Sustainability*, 11(10), 2990.
- Yusuf M., Chandrayanti, T., & Anggraeni, M. D. (2023). Pengaruh Internet Marketing Terhadap Peningkatan Pendapatan Usaha Mikro Kecil Dan Menengah Di Kota Padang (Studi Pada UMKM Binaan Rumah Kreatif BUMN BNI Kota Padang). *Jurnal Riset Manajemen*, 1(1).