

Pelatihan Pemahaman Literasi Keuangan, Penyusunan Laporan Keuangan Sederhana dan Pemasaran Online pada UMKM di SMK Negeri 2 Denpasar

Stefanie Angie Rianistin¹, Ni Putu Sitha Aristya Dewi², I Gusti Ngurah Agung Kepakisan Mandala³, Putu Astri Lestari⁴, Anak Agung Istri Pradnyarani Dewi⁵

^{1,2,3,4} Institut Desain dan Bisnis Bali (IDB Bali)

⁵ Universitas Warmadewa

E-mail: agungmandala@idbbali.ac.id

Diajukan 14-08-2025	Direvisi 28-08-2025	Diterima 29-08-2025
------------------------	------------------------	------------------------

ABSTRACT

Community Service Program titled “GENBIZ TOUR: Generation Business Tour” was held at SMK Negeri 2 Denpasar with the aim of providing training for students as prospective Micro, Small, and Medium Enterprise (MSME) entrepreneurs. The training focused on three main aspects: improving financial literacy, preparing simple manual financial statements, and developing product marketing strategies through digital platforms. This activity involved students from the Accounting Department as a form of experiential learning. Based on observations, many MSMEs in the creative industry sector still focus on short-term decision-making, which hinders sustainable business development. The lack of structured access to information on financial record-keeping and digital marketing strategies remains a major challenge for MSME owners. The training materials were prepared using secondary data from both established MSMEs and those in the start-up phase. The content covered the importance of financial literacy, manual transaction recording techniques, data entry, and the preparation of basic financial statements such as income statements, balance sheets, and cash flow statements. In addition, participants were trained to utilize digital media to market their products and expand their market reach. The results of the training produced several recommendations: the need to instill financial literacy from an early age through regular and systematic bookkeeping habits, the importance of implementing proper financial records as the basis for accurate report preparation, and the necessity of follow-up training on digital marketing strategies so that MSMEs can adapt and compete in the digital transformation era.

Keywords: community service, MSMEs, financial literacy, simple financial statements, digital marketing

ABSTRACT

Program pengabdian kepada masyarakat bertajuk GENBIZ TOUR: Generation Business Tour diselenggarakan di SMK Negeri 2 Denpasar dengan tujuan memberikan pelatihan kepada siswa-siswi sebagai calon pelaku Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah (UMKM). Pelatihan ini difokuskan pada tiga aspek utama, yakni peningkatan literasi keuangan, penyusunan laporan keuangan sederhana secara manual, serta strategi pemasaran produk secara digital. Kegiatan ini melibatkan siswa jurusan Akuntansi sebagai bentuk pembelajaran berbasis praktik (experiential learning). Berdasarkan hasil observasi, banyak UMKM di sektor industri kreatif masih berorientasi pada keputusan jangka pendek, sehingga menghambat pengembangan usaha secara berkelanjutan. Minimnya akses terhadap informasi yang terstruktur mengenai pencatatan keuangan dan strategi pemasaran digital menjadi tantangan utama yang dihadapi oleh pelaku UMKM. Materi pelatihan disusun berdasarkan data sekunder dari UMKM yang telah berjalan maupun yang sedang dalam tahap perintisan. Materi mencakup pentingnya literasi keuangan, teknik pencatatan transaksi manual, penginputan data, hingga penyusunan laporan keuangan dasar seperti laporan laba rugi, neraca, dan arus kas. Selain itu, peserta juga dilatih untuk memanfaatkan media digital dalam memasarkan produk guna memperluas jangkauan pasar. Hasil pelatihan ini menghasilkan beberapa rekomendasi, yaitu perlunya menanamkan literasi keuangan sejak dini melalui kebiasaan pencatatan keuangan yang teratur dan sistematis, pentingnya penerapan pencatatan keuangan sebagai dasar penyusunan laporan yang akurat serta,

dibutuhkannya pelatihan lanjutan mengenai strategi pemasaran digital agar UMKM mampu beradaptasi dan bersaing di era transformasi digital.

Kata kunci: pengabdian kepada masyarakat, UMKM, literasi keuangan, laporan keuangan sederhana, pemasaran digital

PENDAHULUAN

Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah (UMKM) memegang peranan penting dalam mendorong pertumbuhan ekonomi nasional. Sejak tahun 2018, pertumbuhan UMKM di Indonesia menunjukkan perkembangan yang pesat (Utarsih, 2025). Sebagian besar UMKM berasal dari usaha rumahan yang relatif mudah dikelola serta tidak membutuhkan modal besar dalam pendiriannya (Sari et al., 2023). Dalam mengelola usahanya, pelaku UMKM sangat bergantung pada praktik pencatatan dan pembukuan yang akurat guna memantau perkembangan dan kondisi keuangan secara berkelanjutan (Mandala & Putri, 2025).

Namun demikian, UMKM, terutama di sektor industri kreatif, cenderung memiliki orientasi jangka pendek dalam pengambilan keputusan bisnis. Minimnya inovasi berkelanjutan dan ketidakkonsistenan dalam tata kelola bisnis menjadi tantangan yang signifikan (Yusuf et al., 2021). Akibatnya, banyak UMKM mengalami stagnasi dalam pengembangan jangka panjang (Fanta & Mutsonziwa, 2021). Untuk itu, diperlukan penguatan strategi berbasis literasi keuangan dan akuntabilitas sebagai langkah fundamental dalam membangun ketahanan usaha jangka panjang (Oktavia et al., 2023).

Pemahaman tentang pengelolaan keuangan menjadi aspek kunci dalam mendukung keberhasilan UMKM. Pencatatan keuangan yang baik membantu pelaku usaha dalam mengevaluasi performa bisnis dan merumuskan strategi pengembangan yang tepat (Chavriya et al., 2024). Sayangnya, sebagian UMKM masih mengandalkan pencatatan manual tanpa sistem akuntansi yang memadai (Zulbetti et al., 2019). Hal ini kerap menimbulkan kesalahan dalam penyusunan laporan keuangan, yang pada akhirnya berdampak pada proses pengambilan keputusan bisnis (Kurniawansyah, 2016; Yuwono et al., 2020). Pendampingan dan pelatihan pencatatan keuangan secara sederhana terbukti dapat meningkatkan kemampuan pelaku UMKM dalam menyusun laporan laba rugi dan posisi keuangan sebagai dasar evaluasi dan pengembangan (Yudha et al., 2023).

Selain pencatatan keuangan, aspek pemasaran juga memegang peran krusial dalam memperluas jangkauan produk UMKM. Menurut Kotler (2014), manajemen tidak dapat dipisahkan dari prinsip-prinsip pemasaran, yang mencakup identifikasi kebutuhan konsumen, penentuan pasar sasaran, penyusunan strategi pemasaran, serta pelaksanaan kegiatan promosi yang terintegrasi. Dalam konteks digital saat ini, pemasaran online menjadi sarana penting untuk menjangkau konsumen secara lebih luas dan efisien (Yudha et al., 2022). Sayangnya, sebagian besar UMKM yang dirintis oleh siswa maupun yang telah berjalan, masih bergantung pada pelanggan tetap dan belum mengoptimalkan penggunaan platform digital secara strategis.

Pemasaran digital dapat dilakukan melalui berbagai saluran seperti media sosial, email marketing, search engine marketing, serta iklan berbasis mobile (Kannan & Li, 2017; Chaffey & Ellis-Chadwick, 2019). UMKM perlu diberdayakan agar mampu menguasai teknologi informasi sebagai salah satu bentuk daya saing (Malak & Arshad, 2024). Media sosial kini bukan hanya menjadi alat komunikasi, tetapi juga menjadi sarana utama bagi konsumen dalam mencari informasi, membandingkan produk, hingga membuat keputusan pembelian (Yudiastari et al., 2022). Digital marketing memungkinkan interaksi dua arah

antara produsen dan konsumen, serta meningkatkan efisiensi dalam menjangkau pasar secara global (Rahmawati et al., 2023).

Berdasarkan latar belakang tersebut, kegiatan pengabdian masyarakat ini bertujuan untuk memberikan pelatihan kepada siswa-siswi SMK Negeri 2 Denpasar, sebagai calon pelaku UMKM, agar memiliki pemahaman yang memadai terkait pencatatan keuangan sederhana dan strategi pemasaran online. Diharapkan kegiatan ini mampu mendorong tumbuhnya UMKM yang adaptif, akuntabel, dan mampu bersaing di era transformasi digital.

METODE

Kegiatan pengabdian bertajuk **GENBIZ TOUR: Generation Business Tour** diselenggarakan di SMK Negeri 2 Denpasar dengan tujuan memberikan pelatihan kepada siswa-siswi sebagai calon pelaku Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah (UMKM). Pelatihan ini difokuskan pada tiga aspek utama, yakni peningkatan literasi keuangan, penyusunan laporan keuangan sederhana secara manual, serta strategi pemasaran produk secara digital. Dalam pelaksanaan kegiatan dengan menerapkan beberapa tahapan sebagai berikut:

1. Pemberian pendampingan dan pelatihan literasi keuangan. Dalam praktiknya, rendahnya tingkat literasi keuangan masih menjadi salah satu tantangan utama yang dihadapi pelaku UMKM. Hal ini berdampak pada rendahnya akses dan pemanfaatan layanan keuangan formal, lemahnya pencatatan keuangan, serta kurang optimalnya pengambilan keputusan keuangan yang berdampak pada kinerja usaha. Oleh karena itu, peningkatan literasi keuangan bagi pelaku UMKM menjadi langkah strategis dalam mendorong inklusi keuangan, memperkuat ketahanan usaha, dan mendukung pertumbuhan ekonomi nasional yang lebih inklusif.
2. Pemberian pendampingan dan pelatihan pembukuan sederhana, menjelaskan pencatatan sederhana harian, mingguan sampai bulanan. Bagaimana cara mencatat biaya - biaya produksi dan mencatat penjualan. Memisahkan keuangan pribadi dengan keuangan hasil usaha, sehingga dapat melihat keuntungan usaha secara jelas dan diharapkan nantinya dapat menyisihkan laba untuk investasi.
3. Memberikan pelatihan dan pendampingan dalam memanfaatkan dan mengoptimalkan strategi pemasaran online.

Kegiatan pengabdian ini penting dilakukan. Manfaat yang dapat diperoleh dari pengabdian ini antara lain adalah memberikan pelatihan kepada siswa-siswi SMK Negeri 2 Denpasar, sebagai calon pelaku UMKM, menanamkan literasi keuangan sejak dini melalui kebiasaan pencatatan keuangan yang teratur dan sistematis, pencatatan keuangan sederhana dan strategi pemasaran online untuk mempromosikan produk agar lebih memiliki banyak pelanggan lagi baik untuk lokal maupun interlokal.

HASIL DAN PEMBAHASAN

Pendampingan dan Pelatihan Literasi Keuangan

Pelatihan literasi keuangan yang diberikan bertujuan untuk membekali peserta, khususnya siswa-siswi SMK Negeri 2 Denpasar, dengan kemampuan dasar dalam mengelola keuangan secara bijak dan bertanggung jawab. Literasi keuangan merupakan elemen penting dalam kehidupan finansial, karena mencakup pemahaman individu dalam mengatur konsumsi, mencatat arus kas, membuat perencanaan investasi, serta menghindari

risiko kebangkrutan (Omega et al., 2022; Thirafi et al., 2023). Dalam pelatihan ini, peserta diajak untuk memahami perbedaan antara kebutuhan dan keinginan, sehingga dapat mengarahkan pola konsumsi ke arah yang lebih rasional (Prameswari & Pratita, 2023). Hal ini juga bertujuan untuk menumbuhkan kemampuan kontrol diri dalam pengeluaran, yakni dengan menunda pembelian yang bersifat konsumtif serta mempertimbangkan manfaat jangka panjang dari penggunaan uang (Omega et al., 2022). Dengan demikian, pengelolaan keuangan dapat disesuaikan dengan tujuan finansial yang telah direncanakan, baik untuk jangka pendek maupun jangka panjang (Saraswati & Nugroho, 2021). Adapun langkah-langkah Praktis yang Diajarkan untuk Meningkatkan Literasi Keuangan:

1. Belajar Secara Aktif, peserta didorong untuk memanfaatkan berbagai sumber pembelajaran seperti buku, kursus daring, dan media digital untuk memahami konsep dasar literasi keuangan.
2. Menyusun Anggaran, latihan membuat anggaran pribadi diberikan untuk membantu peserta memahami arus masuk dan keluar uang serta menemukan potensi penghematan.
3. Pengenalan Produk Keuangan, peserta diperkenalkan pada berbagai produk keuangan seperti tabungan, asuransi, dan investasi, serta cara menilai risiko dan manfaatnya.
4. Perencanaan Keuangan Masa Depan, peserta diajak merancang tujuan keuangan dan menyusun langkah-langkah pencapaiannya, termasuk tabungan untuk investasi usaha.
5. Evaluasi dan Peningkatan Pengetahuan Secara Berkala, disarankan agar peserta terus memperbarui wawasan mereka seiring perkembangan teknologi finansial dan perubahan regulasi keuangan.

Pelatihan ini diharapkan mampu menjadi pondasi awal dalam membangun kebiasaan pengelolaan keuangan yang sehat. Literasi keuangan yang kuat akan memperkuat ketahanan finansial dan membantu peserta menjadi pelaku UMKM yang lebih adaptif dan kompeten secara ekonomi.



Gambar 1. Pendampingan dan Pelatihan Literasi Keuangan
(Dokumentasi, 2025)

Pendampingan dan Pelatihan Pembukuan Sederhana

Pembukuan atau pencatatan keuangan merupakan komponen penting dalam manajemen usaha, terutama bagi pelaku Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah (UMKM). Laporan keuangan berfungsi sebagai bentuk pertanggungjawaban pimpinan usaha atas aktivitas keuangan yang telah dilakukan selama periode tertentu. Selain itu, laporan ini juga menjadi sumber informasi bagi para pemangku kepentingan (stakeholder) untuk menilai kondisi keuangan dan kinerja usaha (Prihadi, 2019).

Dalam pelatihan ini, siswa sebagai calon pelaku UMKM diperkenalkan pada empat jenis laporan keuangan dasar, yaitu:

1. Laporan Laba Rugi – Menyajikan informasi mengenai pendapatan dan beban dalam satu periode, serta menunjukkan selisih di antara keduanya sebagai laba atau rugi usaha.
2. Laporan Neraca (Posisi Keuangan) – Menampilkan total aset, kewajiban, dan ekuitas perusahaan pada waktu tertentu.
3. Laporan Perubahan Ekuitas – Menggambarkan perubahan jumlah modal yang dimiliki usaha selama satu periode berjalan.
4. Laporan Arus Kas – Menyediakan informasi mengenai arus masuk dan keluar kas selama periode akuntansi.
5. Catatan atas Laporan Keuangan – Menjelaskan informasi tambahan terkait rincian transaksi atau kebijakan akuntansi yang digunakan.

Pelatihan ini mengacu pada prinsip-prinsip yang termuat dalam SAK ETAP (Standar Akuntansi Keuangan Entitas Tanpa Akuntabilitas Publik). Standar ini dirancang khusus untuk pelaku UMKM agar dapat menyusun laporan keuangan secara sederhana dan tidak kompleks. Berbeda dengan entitas besar, UMKM tidak memiliki kewajiban publikasi laporan keuangan, namun tetap dituntut untuk menjaga ketertiban dan transparansi dalam pencatatan keuangannya (IAI, 2009). Pada sesi pelatihan, metode yang digunakan meliputi:

1. Sosialisasi
Para siswa mendapatkan materi berupa presentasi tentang pentingnya pembukuan sederhana, serta panduan praktis mengenai informasi apa saja yang harus dicatat, seperti biaya produksi, penjualan, dan pemisahan uang pribadi dari uang usaha.
2. Diskusi Interaktif
Setelah sesi penyampaian materi, peserta diberi kesempatan berdiskusi dan mengajukan pertanyaan terkait proses pencatatan yang telah dijelaskan. Hal ini dimaksudkan untuk memperkuat pemahaman dan mendorong partisipasi aktif.
3. Evaluasi Pemahaman
Evaluasi dilakukan untuk mengukur sejauh mana peserta memahami materi yang telah disampaikan, serta untuk mengetahui kemampuan mereka dalam mengidentifikasi dan mencatat transaksi usaha secara sederhana.

Melalui pelatihan ini, peserta diharapkan mampu memahami pentingnya pembukuan dalam pengelolaan usaha, serta menyadari urgensi pemisahan antara keuangan pribadi dan keuangan usaha. Pemahaman ini menjadi langkah awal untuk mendorong akuntabilitas, transparansi, dan keberlanjutan dalam praktik bisnis UMKM. Selain itu, pencatatan yang tertib akan membantu pelaku usaha dalam mengevaluasi kinerja finansial, khususnya dalam mengidentifikasi keuntungan atau kerugian secara akurat.



Gambar 2. Sosialisasi, diskusi interaktif dan Evaluasi Pemahaman pentingnya pembukuan akuntansi sederhana (Dokumentasi, 2025)

Pelatihan dan Pendampingan Strategi Pemasaran Online

Pelatihan strategi pemasaran online dilaksanakan sebagai bagian dari upaya untuk meningkatkan kemampuan siswa-siswi SMK Negeri 2 Denpasar dalam memanfaatkan teknologi digital untuk mendukung kegiatan bisnis. Fokus utama dari kegiatan ini adalah membekali peserta dengan pengetahuan dan keterampilan dalam menerapkan strategi pemasaran online secara efektif guna meningkatkan penjualan dan memperkuat *brand awareness* produk UMKM mereka. Tujuan dari pelatihan ini adalah untuk membangun pemahaman dasar serta kemampuan praktis siswa dalam merancang, menjalankan, dan mengevaluasi strategi pemasaran digital berbasis media online secara efisien dan tepat sasaran.

Langkah-Langkah Pelaksanaan

1. Persiapan Materi Pelatihan, tahap awal dilakukan dengan mengidentifikasi tingkat pemahaman dan kebutuhan peserta melalui survei awal. Hasil survei ini digunakan sebagai dasar dalam merancang materi pelatihan yang sesuai. Materi pelatihan mencakup konsep dasar dan teknik-teknik pemasaran digital, antara lain:
 - *Search Engine Marketing (SEM)*
 - *Content Marketing*
 - *Email Marketing*
 - Analisis data konsumen dan pengukuran efektivitas kampanye pemasaran

Materi juga dilengkapi dengan studi kasus dari UMKM yang telah sukses menerapkan strategi digital marketing, sebagai inspirasi dan pembelajaran kontekstual bagi peserta.

2. Pelaksanaan Pelatihan Praktik Langsung, dalam sesi ini, peserta diberikan kesempatan untuk langsung menerapkan strategi pemasaran online yang telah dipelajari. Praktik dilakukan dengan menggunakan perangkat digital seperti laptop atau smartphone untuk mengelola akun media sosial bisnis, membuat konten promosi, serta menyusun rencana kampanye pemasaran berbasis digital. Pendekatan ini bertujuan agar peserta memperoleh pengalaman langsung (hands-on experience) dan tidak hanya terbatas pada pemahaman teoritis.
3. Evaluasi dan Pemberian Umpan Balik (Feedback), setelah sesi pelatihan, dilakukan evaluasi untuk menilai tingkat pemahaman dan kemampuan peserta dalam menerapkan strategi yang telah dipelajari. Evaluasi mencakup observasi hasil praktik, diskusi reflektif, dan kuesioner sederhana. Umpan balik diberikan secara personal untuk memperkuat pemahaman serta memberikan arahan perbaikan yang konstruktif bagi pengembangan selanjutnya



Gambar 3.
Pelatihan dan Pendampingan Strategi Pemasaran Online
(Dokumentasi, 2025)

Pelatihan ini dirancang untuk membekali peserta, khususnya siswa-siswi calon pelaku Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah (UMKM), dengan keterampilan strategis dalam bidang pemasaran digital. Dalam proses pelatihan, peserta diarahkan untuk memahami dan mampu mengidentifikasi berbagai saluran pemasaran online yang tersedia, serta memilih saluran yang paling tepat sesuai dengan jenis produk yang ditawarkan dan karakteristik pasar sasaran. Selain itu, peserta juga dilatih untuk merancang konten pemasaran yang menarik, komunikatif, dan relevan dengan target konsumen. Kemampuan ini mencakup penyesuaian gaya bahasa, desain visual, dan pemilihan media yang efektif agar pesan pemasaran dapat tersampaikan dengan maksimal.

Pemanfaatan media digital secara optimal menjadi fokus utama dalam pelatihan ini. Peserta didorong untuk mengeksplorasi berbagai platform digital seperti media sosial, marketplace, hingga penggunaan website dan fitur iklan digital guna memperluas

jangkauan pasar dan meningkatkan visibilitas produk. Tidak hanya berhenti pada tahap implementasi, pelatihan ini juga menekankan pentingnya evaluasi terhadap efektivitas strategi pemasaran yang telah dijalankan. Peserta diperkenalkan dengan berbagai indikator dan alat analisis sederhana yang dapat membantu mereka menilai apakah strategi yang diterapkan telah mencapai tujuan yang diharapkan.

Dengan penguasaan keterampilan pemasaran online ini, para siswa tidak hanya mendapatkan bekal praktis yang aplikatif, tetapi juga ditumbuhkan semangat inovatif dan sikap kompetitif. Diharapkan mereka mampu beradaptasi dan bersaing secara aktif dalam dunia usaha yang kian digital, serta menjadi pelaku UMKM yang tangguh dan berdaya saing tinggi di masa depan.



Gambar 4. Foto Bersama dengan peserta
(Dokumentasi, 2025)

SIMPULAN DAN REKOMENDASI

Kegiatan pengabdian kepada masyarakat bertajuk *GENBIZ TOUR: Generation Business Tour* yang dilaksanakan di SMK Negeri 2 Denpasar telah memberikan kontribusi nyata dalam membekali siswa-siswi sebagai calon pelaku Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah (UMKM) dengan tiga kompetensi utama: literasi keuangan, penyusunan laporan keuangan sederhana, dan strategi pemasaran digital. Pelatihan ini dirancang untuk menjawab tantangan nyata yang dihadapi UMKM, terutama dalam aspek pengelolaan keuangan yang masih lemah dan pemasaran produk yang belum optimal secara digital.

Hasil dari kegiatan ini menunjukkan bahwa pelatihan literasi keuangan mampu menumbuhkan kesadaran siswa terhadap pentingnya pengelolaan uang secara bijak, termasuk perencanaan anggaran, pencatatan arus kas, serta pengenalan terhadap produk-produk keuangan dasar. Selain itu, pelatihan pembukuan sederhana memberikan pemahaman praktis mengenai proses pencatatan transaksi harian, penyusunan laporan keuangan dasar seperti laba rugi, neraca, hingga arus kas, serta pentingnya pemisahan antara keuangan pribadi dan keuangan usaha.

Di sisi lain, pelatihan pemasaran digital memberikan bekal strategis kepada peserta untuk mengenali berbagai saluran pemasaran online, menyusun konten promosi yang menarik, serta memanfaatkan media sosial dan teknologi digital secara efektif dalam memperluas jangkauan pasar. Dengan pendekatan berbasis praktik, siswa tidak hanya

memperoleh pengetahuan konseptual, tetapi juga pengalaman langsung yang relevan dengan kebutuhan dunia usaha saat ini.

Secara keseluruhan, kegiatan ini menunjukkan bahwa integrasi antara pelatihan literasi keuangan, pembukuan sederhana, dan pemasaran digital sangat relevan dan dibutuhkan dalam menyiapkan generasi muda yang siap menghadapi tantangan wirausaha di era transformasi digital. Kegiatan serupa disarankan untuk dilanjutkan dan diperluas cakupannya agar semakin banyak calon pelaku UMKM yang terbina secara komprehensif dalam hal pengelolaan dan pengembangan usaha berkelanjutan.

DAFTAR PUSTAKA

- Ade Ririn Oktavia, Tesa Putri Rivayanti, Yuan Wikani Fadjarin, & Wiwik Handayani. (2023). Edukasi Pembuatan Pembukuan Keuangan Sederhana Menggunakan Aplikasi Digital Pada Usaha Desa Ambulu. *Journal Of Computer Science Contributions (JUCOSCO)*, 3(2), 130–139. <https://doi.org/10.31599/jucosco.v3i2.2378>
- Chavriya, S., Sharma, G. D., & Mahendru, M. (2024). Financial inclusion as a tool for sustainable macroeconomic growth: An integrative analysis. *Annals of Public and Cooperative Economics*, 95(2), 527–551. <https://doi.org/10.1111/apce.12427>
- Malak, N., & Arshad, A. (2024). Impact of financial inclusion on healthcare access: evidence from developing countries. *Journal of Economic and Administrative Sciences*. <https://doi.org/10.1108/JEAS-02-2024-0057>
- Mandala1, I. G. N. A. K., & Putri2), P. Y. A. (2025). *Kinerja Berkelanjutan Umkm Di Bali: Peran Literasi Keuangan Inovasi Fintech Dan Inklusi*. 113.
- Rahmawati, D., Thaha, A. R., & Priyanto, A. (2023). Financial literacy, digital transformation adoption, and their significance to the MSMEs performance in Bandung city. *Jurnal Manajemen Bisnis* <https://journal.untar.ac.id/index.php/jmbk/article/view/20702>
- Utarsih, H. (2025). Pendampingan Penyusunan Laporan Keuangan Sederhana dan Pemasaran Online pada CV Family Cactus. *BERNAS: Jurnal Pengabdian Kepada Masyarakat*, 6(1), 801–811. <https://doi.org/10.31949/jb.v6i1.11385>
- Yudha, P., Putri, A., Adi, K., & Saputra, K. (2022). *REGULATORY IMPACT ANALYSIS ON LOCAL GOVERNMENT REGULATION STANDARDS FOR ORGANIZING CULTURAL TOURISM IN BALI* Putu Yudha Asteria Putri , Komang Adi Kurniawan Saputra. 04, 22–32.
- Yudha, P., Putri, A., Triyuwono, I., & Purwanti, L. (2023). *Deconstructing Management Control Systems: A Cultural and Binary Opposition Analysis*.
- Yudiastari, N. M., Putri, P. Y. A., & W. Mada, I. G. N. C. (2022). Assistance of Processed From Non-productive Duck Become a Product in Belega Village, Gianyar, Bali, Indonesia. *International Journal of Economics, Business and Management Research*, 06(05), 148–153. <https://doi.org/10.51505/ijebmr.2022.6512>
- Yusuf, R., Hernawati, E., & Hadiaty, F. (2021). Pencatatan Sederhana nan Penyusunan Laporan Keuangan Manual untuk Konveksi Rumah Rajut Dusun Babakan Cianjur Kabupaten Bandung. *KUAT: Keuangan Umum Dan Akuntansi Terapan*, 3(2), 115–120. <https://doi.org/10.31092/kuat.v3i2.1429>