

Received: November 2025	Accepted: Januari 2026	Published: Januari 2026
Article DOI: http://dx.doi.org/10.24903/jam.v10i01.3882		

Peningkatan Literasi Digital dan Literasi Keuangan Digital melalui Aplikasi Pencatatan laporan Keuangan Digital: SMART untuk UMKM Anak Berkebutuhan Khusus

Sylviana Maya Damayanti
Institut Teknologi Bandung
sylvianamaya@itb.ac.id

Arry Akhmad Arman
Institut Teknologi Bandung
arry.arman@itb.ac.id

Arinda Mentari Putri
Institut Teknologi Bandung
arinda.mp@sbm-itb.ac.id

Octaviani Ratna Sari Santoso
Politeknik Pajajaran ICB Bandung
octaviani.ratnasari@poljan.ac.id

Abstrak

Perkembangan teknologi digital telah membawa perubahan besar pada ekosistem ekonomi dan mendorong munculnya berbagai layanan keuangan dan pemasaran digital bagi pelaku usaha. Namun keterbatasan akses dan minimnya literasi digital dari pelaku usaha mengakibatkan masih banyak pelaku usaha yang melakukan pencatatan keuangan maupun pemasaran secara tradisional. Kegiatan pengabdian kepada masyarakat ini bertujuan memberdayakan Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah yang memiliki Anak Berkebutuhan Khusus (UMKM ABK), dengan cara meningkatkan kemampuan mereka dalam melakukan pencatatan laporan keuangan dan memanfaatkan media sosial untuk mempromosikan produk secara lebih efektif dalam rangka meningkatkan jangkauan pasar. Pengabdian pada masyarakat ini menciptakan aplikasi bernama SMART (Small Business Management & Resource Tool), sebuah pencatatan keuangan yang digunakan oleh pelaku bisnis dalam mencatatkan seluruh transaksi keuangan sampai dengan mendapatkan luaran berupa laporan keuangan yang dapat digunakan untuk pengajuan pendanaan ke perbankan. Kegiatan pengabdian dilakukan di Kampung Rancakihiang, RT 01/RW 10 Desa Bojongloa, Kecamatan Rancaekek, Jawa Barat, Indonesia dengan dihadiri oleh 29 peserta, menggunakan metode *action research* dan workshop dimana para peserta mendapatkan pelatihan dalam penggunaan aplikasi SMART. Dari pelatihan tersebut, didapatkan hasil adanya peningkatan level literasi keuangan digital dan kemampuan pemasaran digital.

Kata Kunci: *UMKM Anak Berkebutuhan Khusus, Laporan Keuangan, Aplikasi SMART, Literasi Keuangan Digital, Pemasaran Digital.*

Pendahuluan

Perkembangan teknologi digital telah membawa perubahan besar pada ekosistem ekonomi dan mendorong munculnya berbagai layanan keuangan digital yang semakin mudah diakses oleh pelaku usaha. Dalam konteks tersebut, literasi keuangan digital (*digital financial literacy*/DFL) menjadi kemampuan penting bagi pelaku usaha mikro, kecil, dan menengah (UMKM) untuk dapat mengelola keuangan dengan tepat serta memanfaatkan peluang pertumbuhan di era digital (P. Morgan et al., 2019). DFL yang memadukan literasi keuangan dan literasi digital memberikan dasar bagi UMKM untuk memahami, mengakses, dan memanfaatkan teknologi keuangan. Laporan McKinsey Global Institute (2016) menunjukkan bahwa adopsi teknologi digital berpotensi meningkatkan produktivitas UMKM hingga 60% serta memperluas peluang pertumbuhan sebesar 2,5 kali lipat.

Walaupun manfaatnya besar, tingkat literasi digital dan keuangan UMKM di Indonesia masih tergolong rendah. Data Global Findex (World Bank, 2017) menunjukkan bahwa hanya 35% UMKM di negara berkembang yang memiliki akses ke layanan keuangan formal. Minimnya literasi digital dan keuangan menyebabkan pelaku UMKM kesulitan memanfaatkan layanan pencatatan keuangan digital, pembayaran elektronik, maupun pembiayaan digital (Kim et al., 2024; Syed et al., 2020). Selain itu, faktor perilaku keuangan, seperti kebiasaan menabung, pengendalian pengeluaran, dan pengalaman investasi juga mempengaruhi efektivitas pengambilan keputusan UMKM (Azeez & Akhtar, 2021; Nugraha & Setiawan, 2022).

Dalam beberapa tahun terakhir, partisipasi penyandang disabilitas dan anak berkebutuhan khusus (ABK) dalam aktivitas kewirausahaan mengalami peningkatan. UMKM menjadi salah satu sarana pemberdayaan diri bagi ABK untuk meningkatkan kemandirian ekonomi, rasa percaya diri, serta partisipasi sosial (Ane et al., 2024). UNESCO (2020) menegaskan bahwa kewirausahaan inklusif merupakan pendekatan efektif untuk membuka akses ekonomi bagi penyandang disabilitas. Namun, UMKM ABK kerap menghadapi hambatan seperti keterbatasan akses informasi, kesulitan pengelolaan keuangan, keterbatasan pemahaman teknologi digital, serta kurangnya dukungan pelatihan pemasaran (Rahmawati et al., 2022).

Penelitian juga menunjukkan bahwa UMKM yang dikelola oleh ABK akan berkembang lebih baik ketika diberikan dukungan sistem pencatatan keuangan yang mudah digunakan, pendampingan digital, dan pelatihan pemasaran yang sederhana, terstruktur, dan berkelanjutan (Anwar et al., 2024). Namun hingga kini, penerapan literasi keuangan digital pada UMKM ABK masih sangat terbatas, dan belum banyak penelitian maupun program pendampingan yang secara khusus mengembangkan teknologi keuangan sederhana bagi pelaku usaha berkebutuhan khusus.

Untuk menjawab tantangan tersebut, kegiatan pengabdian kepada masyarakat ini dirancang dengan dua tujuan utama. Pertama, mengembangkan aplikasi pencatatan keuangan sederhana dan mudah digunakan oleh UMKM ABK guna meningkatkan kemampuan mereka dalam memonitor arus kas, mencatat transaksi, dan memahami kondisi keuangan usaha. Kedua, memberikan pelatihan pemasaran dan marketing digital agar UMKM ABK mampu mempromosikan produk secara lebih efektif, memanfaatkan media sosial, serta meningkatkan

jangkauan pasar. Integrasi aplikasi keuangan dan pelatihan pemasaran ini diharapkan dapat meningkatkan kapasitas digital dan kemandirian ekonomi UMKM ABK secara berkelanjutan. Di sisi lain, terdapat kesenjangan penelitian yang perlu dijembatani. Penelitian mengenai DFL pada UMKM umumnya fokus pada pelaku usaha umum dan belum mengkaji konteks UMKM berbasis ABK secara mendalam (Kass-Hanna et al., 2022). Selain itu, sebagian besar penelitian memisahkan literasi digital dan literasi keuangan sebagai dua konsep terpisah (Goyal & Kumar, 2021), serta belum mengevaluasi bagaimana pendampingan teknologi keuangan dan pelatihan marketing dapat membantu kelompok rentan seperti ABK.

Berdasarkan kesenjangan tersebut, kegiatan pengmas ini menawarkan pendekatan komprehensif yang mengintegrasikan literasi digital, literasi keuangan, perilaku keuangan digital, serta aspek kewirausahaan inklusif bagi pelaku UMKM ABK.

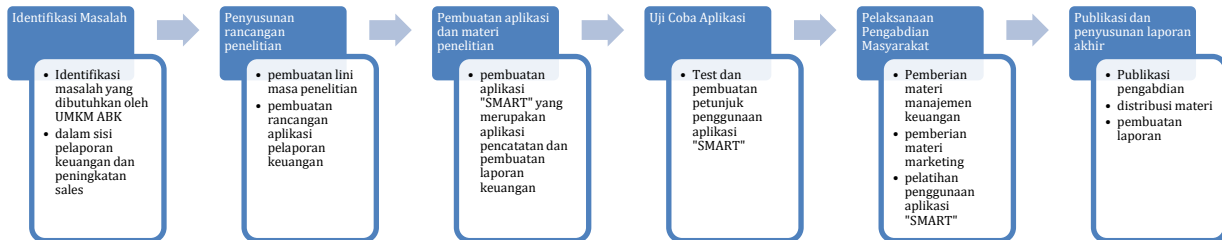
Tujuan pengabdian masyarakat ini yaitu untuk melatih para UMKM ABK untuk dapat membuat laporan keuangan atas usahanya dengan lebih mudah melalui aplikasi pencatatan laporan keuangan digital bernama “SMART”. Hal ini sejalan dengan meningkatkan literasi keuangan digital bagi UMKM ABK. Di sisi lain, untuk peningkatan literasi digital dan peningkatan omset para UMKM ABK ini, dilakukanlah pelatihan marketing. Pelatihan marketing ini dilakukan dengan dua metode yaitu melalui paparan langsung dan melalui pemberian materi pada platform youtube sehingga para UMKM ABK dapat mempelajari ulang saat mempraktekan ilmu marketing yang telah dipaparkan. Pengabdian Masyarakat ini telah dilaksanakan pada hari Selasa, 8 Desember 2025 di Kampung Rancakihiang, RT 01/RW 10 Desa Bojongloa, Kecamatan Rancaekek, Jawa Barat, Indonesia. Pendampingan ini diharapkan memberikan kontribusi nyata baik secara akademik maupun praktis dalam pengembangan literasi keuangan digital untuk UMKM inklusif, serta menjadi model pemberdayaan ekonomi bagi penyandang kebutuhan khusus di Indonesia.

Metode

Kegiatan pengabdian masyarakat ini merupakan program BIMA dari Kemendikti Saintek Indonesia 2025. Kegiatan pengabdian masyarakat ini adalah kolaborasi dosen antar universitas yaitu Institut Teknologi Bandung dan Politeknik Ganesha, serta kolaborasi antar jurusan yaitu STEI (Sekolah Teknik Elektro dan Informatika) dan SBM (Sekolah Bisnis dan Manajemen). Selain kolaborasi dosen, program pengabdian masyarakat ini juga adalah kolaborasi antara akademisi yang mencakup dosen dan mahasiswa (S1 hingga S3), UMKM dan para orangtua ABK, pemerintah Kampung Rancakihiang Desa Bojongloa dalam rangka meningkatkan pemasaran dan merapikan sistem keuangan para UMKM ABK.

Metode yang dilakukan untuk pengabdian masyarakat ini adalah metode *Action Research* yang merupakan penelitian dengan tujuan memberikan kontribusi secara praktis pada tataran masyarakat serta pemecahan masalah sosial yang ada di kalangan masyarakat tersebut (Hasan, 2021).

Tahapan metodologi yang dilakukan dalam penelitian ini terdapat pada penjelasan berikut.



Gambar 1. Metodologi yang dilakukan dalam penelitian

1. Identifikasi Masalah

Berdasarkan hasil wawancara kepada tujuh perwakilan UMKM ABK dengan durasi sekitar dua jam (UMKM dengan anggota Anak Berkebutuhan Khusus) kami dapat menarik kesimpulan bahwa ada dua masalah utama yang dapat menghambat keberjalanan usaha mereka, yaitu:

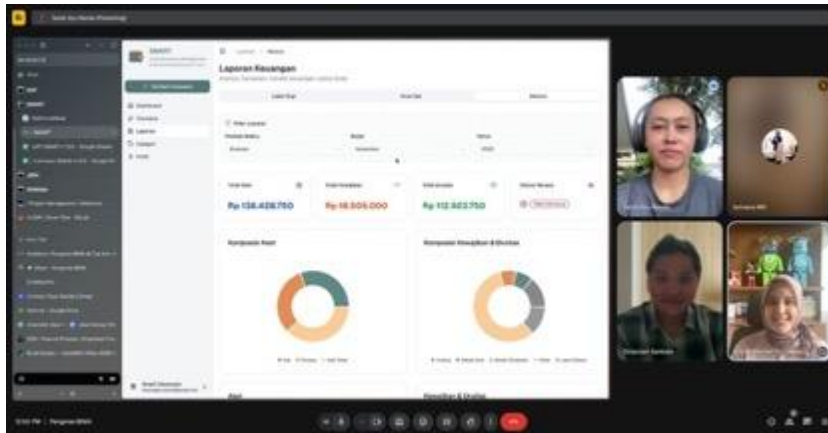
- a. UMKM ABK sebagian besar tidak mengetahui apakah usaha mereka berjalan dengan menghasilkan profit atau merugi. UMKM ABK tidak mempunyai laporan keuangan khusus untuk usaha mereka dan hanya mencatat sewaktu waktu di buku kas. UMKM ABK juga tidak mengerti bagaimana membuat laporan keuangan sederhana.
- b. UMKM ABK belum menerapkan cara meningkatkan penjualan dengan melakukan berbagai metode marketing baik luring ataupun daring. Mereka hanya menunggu pembeli yang datang dengan sendirinya. Secara digital marketing belum dimaksimalkan oleh UMKM ABK.

2. Penyusunan rancangan penelitian

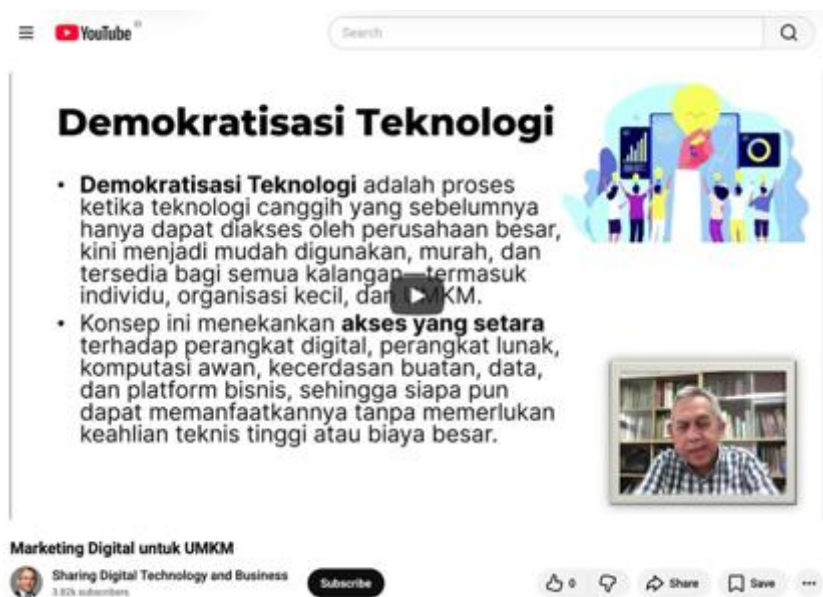
Setelah masalah telah dapat teridentifikasi, mulailah dibentuk tim pengabdian masyarakat yang memiliki tupoksi masing-masing. Setelah itu, tim membuat lini masa persiapan hingga pelaksanaan pengabdian masyarakat. Tim juga melakukan *brainstorming* terkait fitur dan kebutuhan laporan keuangan sederhana untuk para UMKM ABK.

3. Pembuatan Aplikasi dan Materi Pengabdian

Setelah semua fitur dan kebutuhan laporan keuangan ditentukan, maka tahap selanjutnya Adalah pembuatan aplikasi dengan tim dari developer. Beberapa kali rutin meeting dilakukan selama proses pembuatan dan uji coba aplikasi yang dinamakan Aplikasi “SMART”. Selain itu, Materi sosialisasi pengabdian juga dibuat pada tahapan ini untuk marketing digital dan manajemen laporan keuangan.



Gambar 2. Pertemuan finalisasi untuk penyelesaian aplikasi SMART



Gambar 3. Materi Digital Marketing secara daring

1. Uji Coba Aplikasi

Pada tahapan ini setelah aplikasi SMART di finalisasi, selanjutnya adalah tahapan uji coba aplikasi dan pembuatan petunjuk penggunaan agar dapat disosialisasikan pada saat pengabdian dan digunakan selanjutnya oleh para UMKM ABK. Aplikasi dapat diakses melalui laman www.be-smart.id

2. Pelaksanaan Pengabdian Masyarakat

Kegiatan ini melaksanakan rencana pengabdian masyarakat sesuai dengan rencana yang telah ditentukan pada tahap ke-2. Pengabdian yang dilakukan dengan pemberian materi penggunaan aplikasi SMART untuk membantu UMKM ABK, pengajaran

terkait materi laporan keuangan dasar dan pengajaran terkait digital marketing. Ketiga materi ini berkesinambungan untuk dapat meningkatkan penjualan dari UMKM ABK dan meningkatkan efektivitas bisnis UMKM ABK dengan cara mereka mengetahui laba dan kerugian dari bisnis yang mereka jalani. Pada kegiatan pengabdian ini juga dilakukan *Pre-Test* (diberikan sebelum pemaparan materi) dan *Post-Test* (setelah pemaparan materi) untuk melihat pemahaman materi yang telah diberikan. pengabdian masyarakat ini dilakukan di Kampung Rancakihiang, RT 01/RW 10 Desa Bojongloa, Kecamatan Rancaekek, Jawa Barat, Indonesia.

3. Publikasi dan Penyusunan Laporan Akhir Pengabdian

Kegiatan ini dimaksudkan untuk dapat menyebarluaskan hasil pengabdian melalui media, artikel ilmiah jurnal nasional dan akses dari aplikasi juga materi yang dapat diakses secara daring. Penyusunan laporan akhir pengabdian merupakan rangkaian penutup dari keseluruhan kegiatan pengabdian.

Hasil dan Pembahasan

Aplikasi “SMART”: *Small Business Management and Accounting Resource Tools* telah rampung dan diuji coba pada tanggal 30 November 2025. SMART adalah aplikasi pencatatan keuangan UMKM berbasis rumah tangga yang membantu pemilik usaha untuk melakukan input transaksi, memantau kondisi bisnis secara real-time, serta menghasilkan laporan keuangan otomatis yaitu laba rugi, arus kas, dan neraca.



Gambar 4. Dashboard Aplikasi SMART

Pada hari Selasa, 8 Desember 2025 di Kampung Rancakihiang, RT 01/RW 10 Desa Bojongloa, Kecamatan Rancaekek, Jawa Barat, Indonesia telah dilaksanakan kegiatan pengabdian masyarakat yang dihadiri oleh sekitar 29 UMKM. Kegiatan pengabdian kepada masyarakat ini bertujuan untuk meningkatkan pemahaman pelaku UMKM mengenai manajemen keuangan dan pencatatan transaksi usaha menggunakan aplikasi SMART. Untuk mengukur efektivitas kegiatan, dilakukan evaluasi melalui *pre-test* dan *post-test* dengan instrumen soal yang sama.



Gambar 5. Peserta yang mengikuti pelatihan

Metode evaluasi yang digunakan adalah *pre-test* dan *post-test* dengan 10 soal pilihan ganda yang mencakup konsep dasar manajemen keuangan, pemisahan keuangan pribadi dan usaha, laporan laba rugi, waktu pencatatan transaksi, serta penggunaan fitur aplikasi SMART. *Pre-test* diberikan sebelum pelatihan dimulai dan *post-test* diberikan setelah seluruh materi dan praktik selesai. Jumlah peserta yang mengikuti evaluasi sebanyak 29 orang.

Keterangan	Nilai						Total
	30	60	70	80	90	100	
Peserta	1	1	2	2	10	13	29
Jumlah Nilai	30	60	140	160	900	1300	2590
	Rata-rata						89,31

 Tabel 1. Hasil *Pre-Test*

Keterangan	Nilai							Total
	30	50	60	70	80	90	100	
Peserta	1	1	1	1	2	6	17	29
Jumlah Nilai	30	50	60	70	160	540	1700	2610
	Rata-rata							90

 Tabel 2. Hasil *Post-Test*

Hasil *pre-test* menunjukkan bahwa nilai terendah yang diperoleh peserta adalah 30 dan nilai tertinggi mencapai 100. Rata-rata nilai *pre-test* sebesar 89,31. Hal ini menunjukkan bahwa sebagian besar peserta telah memiliki pengetahuan awal yang cukup baik, meskipun masih terdapat beberapa peserta dengan pemahaman yang rendah.

Setelah pelaksanaan pelatihan, hasil *post-test* menunjukkan nilai terendah tetap berada pada angka 30 dan nilai tertinggi tetap 100. Rata-rata nilai *post-test* meningkat menjadi 90,00. Sebagian peserta mengalami peningkatan nilai, sebagian lainnya mempertahankan nilai tinggi, dan hanya sedikit peserta yang mengalami penurunan nilai.

Peningkatan nilai rata-rata sebesar 0,69 poin menunjukkan adanya perbaikan pemahaman peserta setelah mengikuti pelatihan. Selain itu, sebagian besar peserta mampu mempertahankan nilai tinggi, sementara beberapa peserta lainnya mengalami peningkatan signifikan, yang menandakan bahwa materi dan metode pelatihan cukup efektif dalam memperkuat pemahaman konsep manajemen keuangan dan pencatatan transaksi usaha. Peningkatan rata-rata nilai menunjukkan bahwa kegiatan pelatihan memberikan dampak positif terhadap peningkatan dan penguatan pemahaman peserta terkait manajemen keuangan dan pencatatan transaksi usaha. Materi yang disampaikan dinilai relevan dan mudah dipahami oleh pelaku UMKM.

No	Pertanyaan	Pre-Test	Post-Test
1	Apa yang dimaksud dengan manajemen keuangan?	100%	100%
2	Mengapa uang pribadi dan usaha perlu dipisah? Agar...	93%	100%
3	Yang termasuk laporan keuangan adalah...	97%	98%
4	Kapan pencatatan keuangan harus dilakukan	86%	90%
5	Laporan laba rugi dipakai untuk melihat...	97%	100%
6	Fungsi utama SMART adalah...	97%	100%
7	Menu Dashboard SMART menampilkan...	86%	90%
8	Tambah transaksi bisa dilakukan dari...	59%	76%
9	Metode pembayaran... (<i>pilih yg salah</i>)	100%	100%
10	Laporan di SMART muncul berdasarkan...	76%	80%

Tabel 3. Hasil Jawaban Benar *Pre-Test* dan *Post-Test*



Gambar 6. Pelatihan digital marketing

Susunan acara kegiatan pengabdian masyarakat dimulai dengan registrasi para peserta UMKM yang dilanjutkan dengan sambutan dari perwakilan pemerintah setempat, perwakilan UMKM dan perwakilan dari ketua pelaksana pengabdian masyarakat. Usai keseluruhan sambutan, dilanjutkan dengan pemaparan materi terkait pelatihan pemasaran digital. Materi yang diberikan pada pelatihan pemasaran digital meliputi strategi untuk memanfaatkan media sosial seperti penggunaan status whatsapp, penggunaan iklan digital instagram dan facebook, dan tips untuk membuat konten menarik dalam rangka mempromosikan produk UMKM masing-masing. Selain itu, dalam pelatihan pemasaran digital pun diajarkan untuk dapat menggunakan metode marketing konvensional seperti strategi pemasaran mulut ke mulut dan strategi potongan diskon bagi pembeli yang rutin membeli produk UMKM tersebut. Para peserta UMKM pun antusias dan ikut berpartisipasi dalam tanya jawab dengan narasumber terkait.

Setelah pelatihan pemasaran digital, acara dilanjutkan dengan pelatihan manajemen keuangan sederhana untuk UMKM. Pada sesi ini dipaparkan bahwa tanpa manajemen keuangan yang baik, pemasukan dan pengeluaran bisnis akan sulit dikontrol yang dapat berujung pada kerugian. Selain itu, pada materi juga dipaparkan bahwa pentingnya melakukan perencanaan keuangan termasuk dengan perencanaan budget belanja UMKM karena tentunya melakukan bisnis harus berorientasi pada profit bukan pada rugi. Pada sesi ini juga dipaparkan terkait laporan keuangan yang merupakan laporan yang menunjukkan kondisi keuangan perusahaan dalam suatu periode tertentu.

Laporan keuangan tidak dapat dibuat tanpa adanya pencatatan, yaitu proses merekam dan mencatat setiap transaksi uang yang masuk dan keluar, meliputi perubahan harta, kewajiban, modal, penghasilan dan biaya. Terdapat tujuh alasan mengapa membuat laporan keuangan itu penting yaitu:

1. Mengetahui kondisi laba atau rugi yang sebenarnya.
2. Memantau aliran uang masuk dan keluar (uang digunakan untuk apa saja).
3. Mencegah bercampurnya keuangan pribadi dan usaha.
4. Menjadi dasar pengambilan keputusan bisnis.
5. Mengontrol dan mengevaluasi pengeluaran.
6. Mengurangi risiko kehilangan modal atau rugi.
7. Menjadi alat evaluasi berkala.



Gambar 7. Pelatihan manajemen keuangan

Setelah sesi pemaparan mengenai pembuatan laporan keuangan sederhana, pelatihan dilanjutkan dengan tutorial penggunaan aplikasi SMART. Tutorial dimulai dengan meminta seluruh peserta untuk dapat mengakses smart.id dan membuat akun profil untuk UMKM mereka masing-masing. Sarana tutorial dan pelatihan ini dengan menggunakan infokus dan narasumber berkeliling mengapiing satu per satu peserta untuk dapat menggunakan dan mengakses SMART. Lalu, setelah semua peserta membuat akun untuk UMKM masing-masing, narasumber mulai menjelaskan dan memberikan tutorial untuk fitur SMART seperti cara untuk memasukkan pengeluaran, memasukkan nilai pemasukan, memasukan jenis dan kategori belanja beserta nominalnya, membuat laporan keuangan dan memantau dashboard harian.



Gambar 8. Pelatihan penggunaan aplikasi SMART setelah pelatihan keuangan



Gambar 9. Peserta ABK mengakses aplikasi SMART

Kegiatan pengabdian diakhiri dengan seluruh peserta mengisi *post-test* dan diberikan doorprize untuk nilai tertinggi, peserta teraktif, dan peserta terbaik selama kegiatan pengabdian. Di akhir juga dilakukan foto bersama dari tim pengabdian dan peserta.



Gambar 10. Foto bersama



Gambar 11. Wawancara dari pihak Media

Simpulan dan rekomendasi

Pada hari Selasa, 8 Desember 2025 di Kampung Rancakihiang, RT 01/RW10 Desa Bojongloa, Kecamatan Rancaekek, Jawa Barat, Indonesia telah dilaksanakan kegiatan pengabdian Masyarakat yang dihadiri oleh sekitar 29 UMKM. Kegiatan pengabdian kepada masyarakat ini bertujuan untuk meningkatkan pemahaman pelaku UMKM mengenai manajemen keuangan dan pencatatan transaksi usaha menggunakan aplikasi SMART. Selain peningkatan literasi keuangan digital, untuk mendukung kestabilan bisnis dan peningkatan omset maka UMKM ABK perlu dukungan untuk pelatihan digital marketing dengan pendekatan khusus. Maka dari itu, pada kegiatan ini diberikan pelatihan marketing digital melalui metode media sosial dan *mouth to mouth* yang mudah dilakukan oleh para UMKM ABK. Pelatihan juga disertakan tips untuk menjaga loyal pembeli dengan mengajarkan sistem diskon dan tips trik lainnya. Pelatihan marketing ini dilakukan dengan dua metode yaitu melalui paparan langsung dan melalui pemberian materi pada platform youtube sehingga para UMKM ABK dapat mempelajari ulang saat mempraktekan ilmu marketing yang telah dipaparkan.

Diharapkan melalui pelatihan ini para UMKM ABK tetap dapat menghasilkan produk yang kreatif, unggul dan bernilai ekonomi tinggi. Walaupun dengan beranggotakan ABK tentunya UMKM ini harus tetap dapat menjalankan bisnis yang memiliki profit dan sehat secara keuangan, tidak berbeda dengan UMKM lain pada umumnya. Berdasarkan hasil evaluasi, terdapat peningkatan nilai pre-test menjadi post-test dan di akhir kegiatan, seluruh peserta dapat menggunakan aplikasi manajemen keuangan “SMART”. Peserta kegiatan juga mengatakan bahwa sebelum pelatihan ini mereka hanya mencatat pemasukan melalui buku kas/kertas yang biasanya suka hilang sehingga mereka tidak tahu apakah usaha yang mereka jalankan untung atau rugi, dan setelah diberikan aplikasi SMART mereka jadi dapat melihat setiap harinya usaha mereka rugi atau untung. Peserta juga mengatakan bahwa mereka tidak khawatir kehilangan catatan keuangan yang ditulis dikertas karena semuanya sudah jadi digital melalui aplikasi SMART.

Daftar Pustaka

- Ane, L., Nurkadri, & Luthan, P. L. A. (2024). Pemberdayaan Usaha Mikro Kecil Penyandang Disabilitas. *JURNAL WIDYA LAKSANA*, 13(2), 291–298.
<https://doi.org/10.23887/jwl.v13i2.70163>
- Anwar, S., Mubarakah, S. L., Purwaningtyas, R., & Weli, F. (2024). Pemberdayaan UMKM: Pendampingan Pembukuan Akuntansi Sederhana dan Optimalisasi Digital Marketing. *Qardhul Hasan: Media Pengabdian Kepada Masyarakat*, 10(3), 319–327.
<https://doi.org/10.30997/qh.v10i3.16253>
- Azeez, N. P. A., & Akhtar, S. M. J. (2021). Digital Financial Literacy and Its Determinants: An Empirical Evidence from Rural India. *South Asian Journal of Social Studies and Economics*, 8–22. <https://doi.org/10.9734/sajsse/2021/v11i230279>
- Goyal, K., & Kumar, S. (2021). Financial literacy: A systematic review and bibliometric analysis. *International Journal of Consumer Studies*, 45(4), 563–579.
<https://doi.org/10.1111/ijcs.12692>
- Hasan. (2021). Action Research: Desain Penelitian Integratif untuk Mengatasi Permasalahan Masyarakat. *AKSES: Jurnal Ekonomi Dan Bisnis*.
- Kass-Hanna, J., Lyons, A. C., & Liu, F. (2022). Building financial resilience through financial and digital literacy in South Asia and Sub-Saharan Africa. *Emerging Markets Review*, 51, 100846. <https://doi.org/10.1016/j.ememar.2021.100846>
- Kim, O. V. T., Thuy, T. T. N., Khanh, L. Do, Thanh, M. P. T., Thi, Q. N., & Minh, T. N. T. (2024). The impact of financial literacy on saving behavior of the elderly people: The mediating role of digital financial literacy. *Humanities and Social Sciences Letters*, 13(1), 45–55. <https://doi.org/10.18488/73.v13i1.3974>
- Lyons, A. C., & Kass-Hanna, J. (2022). Financial literacy, financial inclusion, and wellbeing in the digital age. *Journal of Consumer Affairs*, 56(1), 1–4.
<https://doi.org/10.1111/joca.12370>
- Morgan, P., Huang, B., & Trinh, L. (2019). The Need to Promote Digital Financial Literacy for the Digital Age. *Realizing Education for All: In the Digital Age*, 40–46.
- Morgan, P. J., Trinh, L. Q., & Huang, B. (2020). Digital financial literacy in developing economies. *Asian Development Review*, 37(2), 27–51.
- Nugraha, D., & Setiawan, B. (2022). Digital financial services adoption among Indonesian MSMEs: The role of technological readiness. *Asian Journal of Technology Innovation*.
- Rahmawati, A. D., Sari, P. P., & Hermuningsih, S. (2022). The moderating role of bank size: influence of fintech, liquidity on financial performance. *Jurnal Siasat Bisnis*, 106–117.
<https://doi.org/10.20885/jsb.vol27.iss1.art8>

Syed, M. H., Khan, S., Rabbani, M. R., & E, Y. (2020). An Artificial Intelligence and NLP based Islamic FinTech Model Combining Zakat and Qardh-Al-Hasan for Countering the Adverse Impact of COVID 19 on SMEs and Individuals. *International Journal of Economics and Business Administration*, VIII(2), 351–364.
<https://doi.org/10.35808/ijeba/466>

World Bank. (2017). *Global Findex Database 2017: Measuring Financial Inclusion*. World Bank.