

Pendampingan Digitalisasi Keuangan dan Pemasaran Digital pada UMKM Roti Sico di Makassar

**Winston Constantine, Bryan Kaleb Lionardy, Claudia Anggriawan, Graciela Thomas,
Jacqueline Fidelia Angdris, Jenica Claudia, Patricia Aprilia Thedy, St Salmah Sharon***

Program Studi Manajemen, Sekolah Tinggi Ilmu Ekonomi Ciputra Makassar

*Penulis korespondensi: salmah.sharon@ciputra.ac.id

Dikirim : 15 September 2025

Direvisi : 3 Maret 2026

Diterima : 4 Maret 2026

Abstrak: Kegiatan pengabdian kepada masyarakat ini bertujuan untuk meningkatkan kapasitas pengelolaan keuangan dan pemasaran digital pada UMKM Roti Sico di Makassar. Permasalahan utama yang dihadapi mitra adalah masih digunakannya sistem pencatatan keuangan secara manual serta keterbatasan pemanfaatan media digital dalam pemasaran produk. Kondisi tersebut menyebabkan pengelolaan arus kas kurang terstruktur dan jangkauan pasar menjadi terbatas. Oleh karena itu, tim pengabdian melaksanakan program pendampingan yang meliputi pelatihan penyusunan laporan keuangan sederhana menggunakan template berbasis spreadsheet serta pengenalan strategi pemasaran digital melalui media sosial, khususnya Instagram. Metode kegiatan dilakukan melalui observasi awal, diskusi dengan mitra, penyampaian materi, praktik penggunaan template keuangan, serta pendampingan pembuatan akun media sosial bisnis. Hasil kegiatan menunjukkan adanya peningkatan pemahaman mitra dalam melakukan pencatatan arus kas dan penyusunan laporan keuangan secara lebih sistematis. Selain itu, pemanfaatan media sosial sebagai sarana promosi mulai diterapkan untuk memperluas jangkauan pemasaran produk. Program ini diharapkan dapat meningkatkan efisiensi pengelolaan usaha, memperkuat strategi pemasaran, serta mendorong pertumbuhan dan keberlanjutan bisnis UMKM Roti Sico di era digital.

Kata kunci: laporan keuangan, manajemen keuangan, pelatihan, pengabdian masyarakat, UMKM

Abstract: This community service program aims to enhance the financial management and digital marketing capacity of the Roti Sico MSME in Makassar. The partner business faced several challenges, including manual financial record-keeping and limited utilization of digital platforms for product promotion. These conditions made it difficult for the business to monitor cash flow systematically and expand its market reach. To address these issues, the community service team implemented a mentoring program focusing on the introduction of simple financial management tools and digital marketing strategies. The activities included initial observation, discussions with the business owner, training on the use of spreadsheet-based financial templates for recording cash flow and profit-loss reports, as well as assistance in creating and managing a business Instagram account. The results of the program indicate an improvement in the partner's understanding of systematic financial recording and the importance of financial information for business decision-making. In addition, the use of social media as a marketing tool has begun to be applied to increase product visibility and reach potential customers. Overall, the program contributes to improving business management efficiency and strengthening digital marketing practices, which are expected to support the sustainable growth and competitiveness of the Roti Sico MSME in the digital era.

Keywords: community service, financial management, financial report, MSMEs, training

1. Pendahuluan

Mitra dalam program pengabdian ini adalah usaha roti Sico, sebuah bisnis kecil yang beroperasi di Makassar, Sulawesi Selatan. Roti Sico telah berdiri sejak tahun 2009 dan dikenal karena memproduksi roti khas lokal dengan cita rasa unik yang diminati masyarakat setempat. Lokasi bisnis ini strategis, terletak Mall Panakkukang dan Trans Studio Mall yang memberikan peluang besar dalam mengembangkan usaha. Namun, hingga saat ini, Roti Sico masih mengandalkan sistem manual dalam pengelolaan keuangan dan pemasaran, yang membuat operasional bisnis menjadi kurang efisien dan sulit bersaing dengan bisnis serupa yang telah menerapkan digitalisasi.

Permasalahan utama yang dihadapi oleh Roti Sico adalah keterbatasan dalam hal pengelolaan keuangan dan pemasaran. Pemilik usaha belum memanfaatkan teknologi digital secara optimal untuk meningkatkan efisiensi bisnis. Ketiadaan pencatatan keuangan yang terstruktur menyebabkan kesulitan dalam memantau arus kas, mengontrol biaya produksi, serta menentukan harga jual yang kompetitif. Selain itu, pemasaran masih terbatas pada metode konvensional dari mulut ke mulut dan brosur, yang membuat bisnis ini sulit memperluas jangkauan pasar dan meningkatkan penjualan.

Untuk mengatasi permasalahan tersebut, tim pengabdian menawarkan solusi berupa penerapan alat keuangan berbasis digital dan pengenalan strategi pemasaran digital. Pengelolaan keuangan akan dibantu dengan penggunaan aplikasi sederhana yang dapat memudahkan pencatatan arus kas, laporan laba rugi, dan perhitungan harga pokok produksi. Di sisi lain, strategi pemasaran digital akan diperkenalkan melalui platform media sosial seperti Instagram dan WhatsApp Business, yang dapat membantu Roti Sico menjangkau pasar yang lebih luas dan menarik lebih banyak konsumen.

Solusi ini didasarkan pada beberapa penelitian yang menunjukkan bahwa digitalisasi dalam pengelolaan bisnis kecil dapat meningkatkan efisiensi operasional, transparansi keuangan, serta memperluas pangsa pasar. Sebagai contoh, sebuah studi oleh Anita & Kumar (2023) menegaskan bahwa adopsi teknologi digital pada UKM tidak hanya meningkatkan efisiensi operasional, tetapi juga menciptakan peluang untuk inovasi bisnis (Erwin dkk., 2023) dan memperluas jaringan pasar serta pencegahan fraud (Zanaria, 2017). Penelitian lain dari Olatoye *et al.* (2024) dan Teru *et al.* (2019) juga menunjukkan bahwa penerapan sistem informasi berbasis AI dalam bisnis kecil mampu meningkatkan tanggungjawab dan kinerja bisnis secara keseluruhan.

Program pengabdian ini bertujuan untuk memaksimalkan potensi pertumbuhan bisnis Roti Sico melalui penerapan alat keuangan berbasis digital dan strategi pemasaran digital. Dengan adanya digitalisasi, diharapkan efisiensi pengelolaan keuangan meningkat, pemasaran menjadi lebih luas, serta bisnis dapat bersaing lebih baik di pasar lokal maupun regional.

Bagian laporan keuangan merupakan aspek krusial dalam operasional sebuah UMKM (Sharon dkk., 2024). Pengelolaan keuangan yang baik dapat membantu UMKM dalam mengambil keputusan bisnis yang tepat, mengelola arus kas, dan merencanakan pertumbuhan usaha (Sharon, 2023). Namun, banyak UMKM masih menghadapi tantangan dalam menyusun laporan keuangan yang sistematis dan akurat, sehingga diperlukan inovasi akuntansi untuk keberlanjutan bisnis (Sharon dkk., 2024). Kesulitan ini sering disebabkan oleh kurangnya pemahaman pelaku UMKM terhadap siklus akuntansi secara menyeluruh (Sharon dkk., 2024). Sebagian besar UMKM hanya terbiasa dengan penyusunan laporan laba rugi, sementara aspek lain seperti neraca dan arus kas sering kali kurang dipahami dengan baik (Fietroh & Andriani, 2021). Bahkan, beberapa UMKM menganggap penyusunan laporan keuangan sebagai tugas yang merepotkan dan sulit, sehingga tidak dianggap sebagai prioritas dalam manajemen bisnis (Baker & Persson, 2021; Wijekoon *et al.*, 2023).

Di sisi lain, digitalisasi merupakan langkah strategis yang dapat memperluas jangkauan pasar dan meningkatkan *brand awareness* (Anitha & Kumar, 2023). Pemanfaatan media sosial seperti Instagram sangat penting dalam era digital saat ini, di mana konsumen lebih mudah dijangkau melalui platform *online*. Dengan strategi pemasaran digital yang efektif, UMKM dapat meningkatkan visibilitas dan menarik lebih banyak pelanggan. Dengan demikian, digitalisasi menjadi suatu keniscayaan bagi UMKM agar dapat mempertahankan keberlangsungan usahanya dan meningkatkan daya saing mereka. Pada sisi lain, pemerintah juga harus mendukung proses digitalisasi tersebut melalui persiapan infrastruktur seperti tersedianya jaringan internet sampai ke pelosok desa dan remote area. Namun keberhasilan dari digitalisasi UMKM tidak hanya menjadi tanggung jawab dari pemerintah, namun seluruh *stakeholder* seperti institusi pendidikan yang dapat membantu dalam melakukan diseminasi pengetahuan terkait dengan teknologi informasi, komputer dan internet kepada masyarakat, dunia bisnis dapat melakukan aksi *corporate social responsibility* ke masyarakat untuk peningkatan literasi digital, dan sebagainya (Lastiati & Ramayanti, 2023).

Oleh karena itu, kegiatan pengabdian masyarakat ini dirancang untuk membantu UMKM Roti Sico dalam dua aspek utama yaitu perbaikan dan penyusunan laporan keuangan serta

digitalisasi pemasaran melalui Instagram. Melalui pendampingan ini, diharapkan UMKM Roti Sico dapat mengatasi tantangan yang ada, meningkatkan efisiensi operasional, dan memperluas pangsa pasar secara signifikan.

2. Metode

Kegiatan pengabdian kepada masyarakat ini dilaksanakan di Trans Studio Mall Makassar yang berlokasi di Jalan Metro Tanjung Bunga, Kota Makassar, Sulawesi Selatan. Kegiatan tersebut berlangsung pada tanggal 23 Juni 2024 pada pukul 14.00 hingga 17.00 WITA. Sasaran utama dalam kegiatan ini adalah pemilik dan pengelola usaha Roti Sico, khususnya karyawan yang memiliki tanggung jawab dalam pengelolaan keuangan dan pemasaran usaha. Selain itu, kegiatan ini juga melibatkan karyawan yang terlibat langsung dalam operasional harian serta pemasaran digital, sehingga mereka diharapkan dapat memahami dan menerapkan strategi digitalisasi dalam pengelolaan keuangan dan pemasaran secara lebih efektif. Secara keseluruhan, kegiatan ini diikuti oleh delapan orang yang terdiri dari pemilik usaha dan tim pengabdian dari Sekolah Tinggi Ilmu Ekonomi Ciputra Makassar.

Metode pelaksanaan kegiatan pengabdian ini dilakukan melalui dua bentuk kegiatan utama. Pertama, kegiatan sosialisasi dan pelatihan mengenai digitalisasi keuangan dan pemasaran, yang dilaksanakan melalui penyampaian materi terkait pemanfaatan teknologi digital serta pembuatan akun Instagram sebagai sarana promosi bagi Roti Sico. Kedua, kegiatan pendampingan dalam penyusunan *template* laporan keuangan sederhana yang dirancang agar mudah digunakan oleh mitra. Pendampingan ini dilakukan dengan memberikan contoh langsung penggunaan *template* keuangan serta panduan dalam menerapkan strategi pemasaran melalui media sosial, khususnya Instagram. Keberhasilan kegiatan pengabdian ini diukur melalui beberapa indikator, antara lain peningkatan pemahaman dan keterampilan mitra dalam menerapkan digitalisasi keuangan dan pemasaran yang ditargetkan mencapai minimal 80%. Hal tersebut dapat dilihat dari kemampuan mitra dalam menggunakan *template* keuangan secara mandiri dan konsisten. Selain itu, keberhasilan kegiatan juga ditunjukkan melalui meningkatnya interaksi dan jangkauan pemasaran di media sosial, khususnya Instagram, serta adanya potensi peningkatan jumlah pelanggan dan penjualan sebagai hasil dari strategi pemasaran yang diterapkan. Umpan balik positif dari pemilik usaha serta meningkatnya kesadaran terhadap pentingnya digitalisasi dalam operasional bisnis sehari-hari juga menjadi indikator penting dalam menilai keberhasilan program ini. Proses evaluasi kegiatan dilakukan

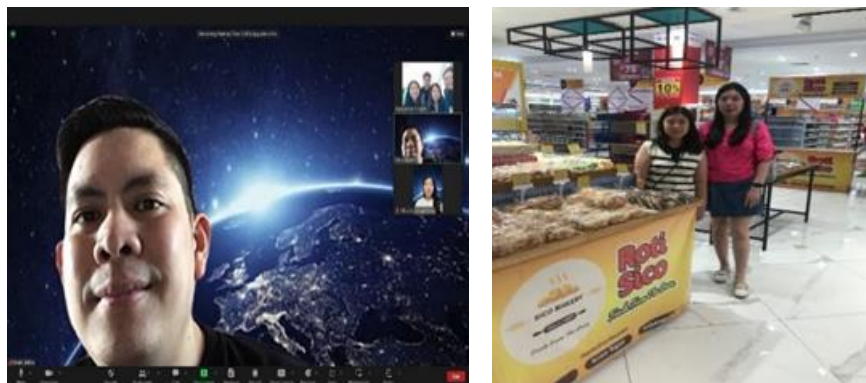
dengan memantau aktivitas media sosial yang telah dibuat, termasuk keberadaan dan konsistensi unggahan konten promosi, serta melalui umpan balik dari pemilik Roti Sico terkait penerapan sistem pencatatan keuangan dan strategi pemasaran digital dalam kegiatan operasional usaha.

3. Hasil dan Diskusi

3.1 Kegiatan Observasi Permasalahan PKM

Pada tanggal 8 Juni 2024, tim PKM mengadakan sesi tanya jawab dengan salah satu *owner* Roti Sico, Mark Djamal. Dalam wawancara tersebut, terungkap bahwa Roti Sico telah beroperasi selama kurang lebih 15 tahun sebagai bisnis keluarga yang terus berkembang. Keberlanjutan usaha ini tidak lepas dari kualitas produk yang konsisten serta loyalitas pelanggan yang tinggi. Namun, dalam era persaingan bisnis yang semakin ketat, Mark Djamal menyadari perlunya inovasi dalam strategi pemasaran dan pengelolaan keuangan agar bisnis tetap relevan dan mampu menjangkau pasar yang lebih luas.

Selama ini, Roti Sico lebih banyak mengandalkan strategi pemasaran secara *offline*, terutama melalui metode word of mouth. Keunggulan pendekatan ini adalah efektivitas dalam membangun kepercayaan pelanggan, tetapi di sisi lain, keterbatasan dalam jangkauan pasar menjadi tantangan utama. Dengan perkembangan teknologi dan perubahan perilaku konsumen yang semakin bergeser ke ranah digital, pemanfaatan platform online menjadi peluang besar bagi Roti Sico untuk meningkatkan visibilitas serta menjangkau pelanggan baru. Oleh karena itu, intervensi melalui alat keuangan dan digitalisasi pemasaran menjadi langkah strategis yang diharapkan dapat mendorong pertumbuhan bisnis ke level yang lebih tinggi. Dokumentasi pertemuan secara virtual dengan *owner* Roti Sico dan observasi langsung diberikan dalam Gambar 1.



Gambar 1. *Zoom meeting* dengan *owner* Roti Sico dan observasi di Toko Roti Sico

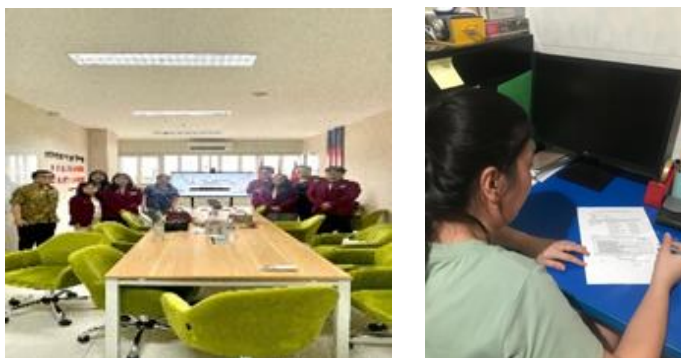


Gambar 2. Foto produk Roti Sico

Gambar 2 menampilkan berbagai varian Roti Sico yang telah menjadi favorit pelanggan selama 15 tahun terakhir. Dengan tekstur yang lembut dan cita rasa khas, Roti Sico hadir dalam berbagai pilihan rasa yang disukai oleh konsumen. Kemasan yang menarik serta kualitas bahan baku yang terjaga menjadi keunggulan utama produk ini. Sebagai UMKM yang terus berkembang, Roti Sico kini berupaya memperluas pasarnya melalui digitalisasi pemasaran, sehingga dapat menjangkau lebih banyak pelanggan di berbagai wilayah.

3.2 Kegiatan Penandatanganan Surat Kerjasama Mitra

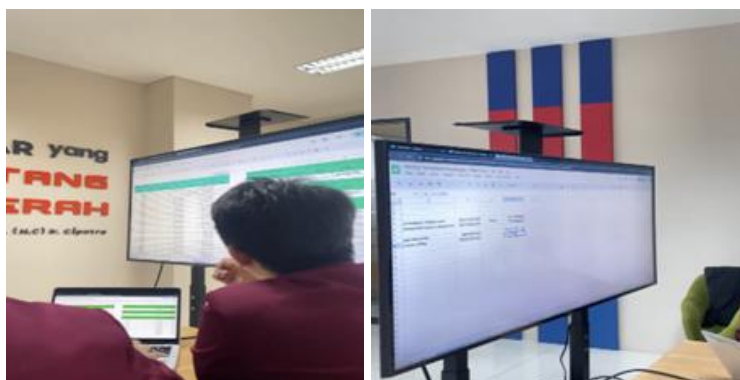
Penandatanganan surat kerjasama mitra merupakan tahap penting dalam pelaksanaan Program Kemitraan Masyarakat (PKM) ini. Dokumen ini menjadi landasan formal bagi kolaborasi antara tim PKM dan Roti Sico dalam upaya digitalisasi pemasaran serta penerapan alat keuangan yang lebih sistematis. Melalui perjanjian ini, kedua belah pihak sepakat untuk bekerja sama dalam mengimplementasikan strategi yang telah dirancang guna meningkatkan efisiensi operasional dan memperluas jangkauan bisnis Roti Sico. Kesepakatan ini juga mencerminkan komitmen bersama untuk mendukung keberlanjutan dan pertumbuhan UMKM di era digital. Pada sesi ini dilakukan penandatanganan surat kerja sama mitra dengan Roti Sico yang diwakilkan kepada Rifi Rivera dan tim diwakili Winston Constantine. Kegiatan penandatanganan kerjasama diperlihatkan dalam Gambar 3.



Gambar 3. Penandatanganan kerjasama antara tim dan mitra

3.3 Kegiatan Penjelasan Mengenai *Template* kepada Mitra PKM

Gambar 4 menunjukkan sesi diskusi antara tim PKM dan *owner* Roti Sico terkait penerapan *template* keuangan serta strategi digitalisasi marketing. Dalam sesi ini, tim PKM menjelaskan cara penggunaan aplikasi pencatatan keuangan yang lebih sistematis untuk meningkatkan efisiensi pengelolaan arus kas. Selain itu, strategi pemasaran digital melalui media sosial dan *e-commerce* turut dibahas untuk memperluas jangkauan pasar Roti Sico. Diskusi ini menjadi langkah awal dalam mengoptimalkan pertumbuhan bisnis melalui inovasi keuangan dan pemasaran berbasis digital.



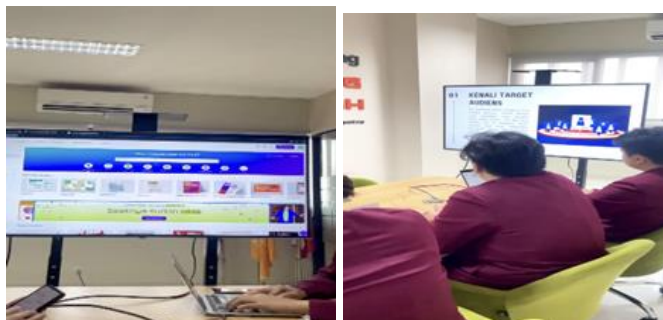
Gambar 4. Diskusi Penjelasan *Template* Keuangan dan Digitalisasi *Marketing*

3.4 Kegiatan Penjelasan Mengenai Digitalisasi

Tim pengabdian memberikan penjelasan mengenai pentingnya penerapan digitalisasi dalam kegiatan pemasaran, khususnya melalui platform media sosial seperti Instagram. Ketergantungan pada metode pemasaran konvensional, seperti penjualan secara *offline* dan promosi dari mulut ke mulut, dinilai kurang mampu memperluas jangkauan pasar secara optimal. Oleh karena itu, tim pengabdian juga memberikan pendampingan mengenai langkah-langkah pembuatan akun Instagram sebagai media promosi usaha serta memberikan pemahaman mengenai strategi penyusunan konten yang menarik dan informatif agar dapat meningkatkan daya tarik konsumen serta memperluas jangkauan pemasaran produk.

Gambar 5 memperlihatkan sesi penyampaian materi tentang digitalisasi kepada *owner* Roti Sico. Dalam sesi ini, tim PKM menjelaskan pentingnya pemanfaatan teknologi digital dalam operasional bisnis, termasuk penggunaan media sosial, *e-commerce*, dan aplikasi pencatatan keuangan. Digitalisasi diharapkan dapat membantu Roti Sico meningkatkan efisiensi manajemen usaha, memperluas jangkauan pasar, serta memperkuat daya saing di industri roti. Antusiasme peserta dalam diskusi menunjukkan tingginya minat untuk

mengadopsi strategi digital dalam pengembangan bisnis.



Gambar 5. Penjelasan mengenai Digitalisasi

3.5 Kegiatan pemberian *template* keuangan dan pembuatan akun Instagram

Sebagai bagian dari upaya mendukung digitalisasi dan peningkatan manajemen keuangan Roti SICO, tim PKM memberikan *template* keuangan yang dirancang untuk memudahkan pencatatan arus kas, laba rugi, serta pengelolaan stok secara lebih sistematis. *Template* ini diharapkan dapat membantu *owner* dalam mengambil keputusan bisnis yang lebih akurat berdasarkan data keuangan yang tercatat dengan baik. Selain itu, untuk memperluas jangkauan pemasaran, tim PKM juga membantu dalam pembuatan akun Instagram resmi Roti Sico. Melalui platform ini, Roti Sico dapat lebih aktif mempromosikan produknya, berinteraksi dengan pelanggan, serta membangun brand awareness yang lebih kuat di era digital.

Tim pengabdian memberikan *template* laporan keuangan kepada pemilik Roti Sico, yaitu Rifi Rivera, dalam bentuk file Excel dan *spreadsheet* untuk memudahkan proses pencatatan keuangan usaha secara lebih sistematis. Selain itu, tim juga membantu pembuatan akun Instagram sebagai sarana pemasaran digital bagi Roti Sico, sehingga diharapkan kegiatan promosi produk dapat dilakukan secara lebih luas melalui platform tersebut. Pemanfaatan media sosial ini diharapkan mampu memperluas jangkauan pasar serta mendukung pertumbuhan dan perkembangan usaha. Keberhasilan kegiatan ini dapat dilihat dari kemampuan mitra dalam mengoperasikan *template* keuangan secara mandiri dan konsisten dalam aktivitas pencatatan keuangan. Selain itu, peningkatan interaksi dan jangkauan pemasaran melalui media sosial, khususnya Instagram, serta potensi bertambahnya pelanggan dan penjualan menjadi indikator penting keberhasilan program yang dilaksanakan. Umpan balik positif dari pemilik usaha serta meningkatnya kesadaran akan pentingnya pemanfaatan teknologi digital dalam operasional bisnis sehari-hari juga menunjukkan dampak positif dari kegiatan pengabdian ini. Gambar 6 memperlihatkan kegiatan pemberian *template* keuangan dan pembuatan akun Instagram.



Gambar 6. Pemberian *Template* Keuangan & Pembuatan Instagram

3.6 Kegiatan Sesi Tanya Jawab

Sesi tanya jawab menjadi bagian penting dalam kegiatan PKM ini, di mana *owner* Roti Sico berkesempatan untuk mendiskusikan berbagai tantangan dan peluang dalam penerapan digitalisasi serta manajemen keuangan. Dalam sesi ini, tim PKM memberikan penjelasan lebih mendalam mengenai penggunaan *template* keuangan, strategi pemasaran digital, serta langkah-langkah optimalisasi bisnis melalui teknologi. *Owner* Roti SICO juga mengajukan pertanyaan terkait implementasi strategi yang sesuai dengan kondisi bisnis mereka. Melalui interaksi ini, diharapkan terjadi transfer pengetahuan yang efektif sehingga Roti Sico dapat lebih siap dalam menghadapi persaingan di era digital. Sesi tanya jawab diperlihatkan dalam Gambar 7.



Gambar 7. Sesi tanya jawab

4. Kesimpulan

Program Kemitraan Masyarakat (PKM) yang dilaksanakan menunjukkan bahwa pemanfaatan *template* keuangan mampu membantu pemilik Roti SICO dalam melakukan pencatatan dan pengelolaan arus kas secara lebih terstruktur dan sistematis. Hal ini memudahkan proses pemantauan kondisi keuangan serta mendukung pengambilan keputusan bisnis yang lebih tepat. Di samping itu, penerapan strategi pemasaran digital melalui media

sosial dan platform daring memberikan peluang bagi Roti Sico untuk memperluas jangkauan pasar sekaligus meningkatkan visibilitas merek di tengah perkembangan era digital. Kegiatan diskusi dan sesi tanya jawab juga memberikan pemahaman yang lebih mendalam kepada pemilik usaha mengenai pentingnya inovasi dalam pengelolaan keuangan dan strategi pemasaran. Penandatanganan kerja sama antara tim pengabdian dan mitra menjadi langkah awal dalam membangun kemitraan yang berkelanjutan guna mendukung pengembangan usaha. Melalui kegiatan pendampingan ini, Roti Sico diharapkan mampu beradaptasi dengan perubahan lingkungan bisnis dan meningkatkan daya saingnya di pasar yang semakin kompetitif. Ke depan, konsistensi dalam penerapan digitalisasi serta peningkatan literasi keuangan menjadi faktor penting dalam mendorong pertumbuhan usaha yang berkelanjutan, sehingga Roti SICO dapat terus berkembang sebagai UMKM yang inovatif dan kompetitif. Secara keseluruhan, kegiatan pengabdian ini memberikan kontribusi positif dalam memperkuat kapasitas dan ketahanan UMKM dalam menghadapi dinamika ekonomi yang terus berkembang.

Tim pengabdian memberikan penjelasan mengenai pentingnya penerapan digitalisasi dalam kegiatan pemasaran, khususnya melalui platform media sosial seperti Instagram. Ketergantungan pada metode pemasaran konvensional, seperti penjualan secara offline dan promosi dari mulut ke mulut, dinilai kurang mampu memperluas jangkauan pasar secara optimal. Oleh karena itu, tim pengabdian juga memberikan pendampingan mengenai langkah-langkah pembuatan akun Instagram sebagai media promosi usaha serta memberikan pemahaman mengenai strategi penyusunan konten yang menarik dan informatif agar dapat meningkatkan daya tarik konsumen serta memperluas jangkauan pemasaran produk.

Ucapan Terima Kasih

Ucapan terima kasih yang sebesar-besarnya disampaikan kepada seluruh pihak yang telah berkontribusi dalam kegiatan pengabdian masyarakat, terutama kepada Toko Roti Sico atas dukungan dan antusiasme penuh dalam mengikuti program ini.

Daftar Referensi

Anitha, K.M. & Kumar, D. (2023). The Digitalization of Accounting in Modern Business: An Analytical Pedagogy Through Benefits and Challenges of Digitalization. *Tuijin Jishu/Journal of Propulsion Technology*, 44(4), 5428-5434. <https://doi.org/10.52783/tjpt.v44.i4.1917>

- Baker, C.R., & Persson, M.E. (2021). The Role of Financial Reporting in Corporate Governance, Baker, C.R. and Persson, M.E. (Ed.) *Historical Developments in the Accountancy Profession, Financial Reporting, and Accounting Theory (Studies in the Development of Accounting Thought. Emerald Publishing Limited, Bingley, 25, 67–80.* <https://doi.org/10.1108/S1479-350420210000025005>
- Erwin, E., Suade, Y.K.M., Tanesia, C.Y., Sharon, S., & Maichal, M. (2023). Customer Engagement Usaha Kuliner: Kontribusi Marketing Content dan Efek Viral Marketing Campaigns. *INOBIIS: Jurnal Inovasi Bisnis Dan Manajemen Indonesia*, 6(3), 383–397. <https://doi.org/10.31842/jurnalinobis.v6i3.285>
- Fietroh, M. N., & Andriani, B. S. (2021). Peran Literasi Keuangan Dan Perilaku Keuangan Untuk Meningkatkan Minat Investasi Mahasiswa. *Samalewa: Jurnal Riset & Kajian Manajemen*, 1(2), 153–160.
- Lastiati, A. & Ramayanti, R. (2023). Peningkatan Literasi Finansial Dan Bisnis Untuk Meningkatkan Kinerja UMKM Desa Wisata Bali. *Jurnal Panrita Abdi: Jurnal Pengabdian Dan Pengabdian Masyarakat*, 2(2), 255–263. <https://doi.org/10.20956/pa.v7i2.20977>
- Olatoye, F.O., Awonuga, K.F., Mhlongo, N.Z., Ibeh, C.V., Elufioye, O.A. & Ndubuisi, N.L. (2024). AI and ethics in business: A comprehensive review of responsible AI practices and corporate responsibility. *International Journal of Science and Research Archive*, 11(1), 1433-1443. <https://doi.org/10.30574/ijrsra.2024.11.1.0235>
- Sharon, S.S., Arif, M., Firman, A., Monalisa, Muchtar, & Paranoan, N. (2024). Strategic Accounting for Innovation: Empowering Entrepreneurship in the Modern Era . *Technium Social Sciences Journal*, 61(0), 141–152.
- Sharon, S. S., Muchtar, M., Ardyan, E., Jafar, A. N., Suade, Y. K. M., & Triany, N. A. (2024). Optimizing the performance of MSMEs through financial reporting training. *Abdimas: Jurnal Pengabdian Masyarakat Universitas Merdeka Malang*, 9(1), 193–202. <https://doi.org/10.26905/abdimas.v9i1.11029>
- Sharon, S.S., R.A. Widyanti Diah Lestari, Anny Widiasmara, & Syamsul Bahri. (2024). Tren Keuangan: Analisis Rasio Kinerja PT. Telekomunikasi Indonesia Tbk untuk Menilai Kesehatan Keuangan Perusahaan. *INVENTORY: Jurnal Akuntansi*, 8(2), 59–71.
- Sharon, S.S. (2023). Improving research quality through technical guidance on qualitative research methods. *Abdimas: Jurnal Pengabdian Masyarakat Universitas Merdeka Malang*, 8(3), 483–493. <https://doi.org/10.26905/abdimas.v8i3.9965>
- Sharon, S.S., Syam, A., Suade, Y.K.M., & Simanungkalit, N G. (2024). Pengembangan Kewirausahaan melalui Simulasi Bisnis “Pasar Kaget” Bagi Siswa SMA Baranglombo. *Panrita Abdi: Jurnal Pengabdian Kepada Masyarakat*, 9(1), 216–226.
- Teru, S.P., Idoko, I.F. & Bello, L. (2019). The Impact of E - Accounting in Modern Businesses. *International Journal of Accounting & Finance Review*, 4(2), 1-4.

- Wijekoon, N., Sharma, U. & Samkin, G. (2023). SME *owners* and accountants' perceptions of financial information in small- and medium-sized entities: a Sri Lanka case study. *Journal of Accounting in Emerging Economies*, 14(2), 422–449.. <https://doi.org/10.1108/JAEE-10-2021-0308>
- Zanaria, Y. (2017). Pengaruh Aplikasi Teknologi, Accounting Reporting Terhadap Pencegahan Fraud Serta Implikasinya Terhadap Reaksi Investor. *Akuisisi: Jurnal Akuntansi*, 13(1), 91–100.