



Pendampingan Pendidikan UMKM dengan Manajemen Keuangan dan Digital Marketing di Desa Kebonpedes Kab. Sukabumi

Lin Khairunnisa^{1,*}, Indri Lastriyani¹, Siska Dwi Yuliawati¹

¹Universitas Linggabuana PGRI, Sukabumi, Indonesia

Informasi Artikel

Sejarah Artikel:

Submit: 05 Juni 2025

Revisi: 16 Juni 2025

Diterima: 25 Juni 2025

Diterbitkan: 30 Juni 2025

Kata Kunci

UMKM, Manajemen Keuangan, Digital Marketing

Correspondence

E-mail: iinkhairunnisa@unlip.ac.id*

A B S T R A K

UMKM memiliki peran strategis dalam mendukung pertumbuhan ekonomi daerah, termasuk di Kabupaten Sukabumi. Namun, masih banyak pelaku UMKM yang menghadapi kendala dalam manajemen keuangan dan pemanfaatan digital marketing untuk memperluas jangkauan pasar. Kegiatan pengabdian kepada masyarakat ini bertujuan untuk meningkatkan kapasitas pelaku UMKM melalui pelatihan manajemen keuangan dan digital marketing. Metode pelaksanaan meliputi pelatihan klasikal, praktik langsung, serta pendampingan intensif kepada peserta. Kegiatan dilaksanakan dengan melibatkan UMKM dari berbagai sektor usaha di Desa Kebonpedes Kab. Sukabumi. Hasil kegiatan menunjukkan peningkatan kemampuan peserta dalam menyusun rencana bisnis sederhana, mengelola keuangan usaha, serta memanfaatkan media sosial dan platform marketplace untuk promosi produk. Evaluasi melalui observasi menunjukkan bahwa lebih dari 80% peserta mengalami peningkatan pemahaman dan keterampilan di bidang manajemen dan pemasaran digital. Kegiatan ini memberikan kontribusi positif dalam memperkuat daya saing UMKM di era ekonomi digital.

Abstract

SMEs have a strategic role in supporting regional economic growth, including in Sukabumi Regency. However, many SMEs still face challenges in financial management and the use of digital marketing to expand their market reach. This community service activity aims to enhance the capacity of SMEs through training in financial management and digital marketing. The implementation method includes classical training, direct practice, and intensive mentoring for participants. The activities involve SMEs from various business sectors in Kebonpedes Village, Sukabumi Regency. The results show an improvement in participants' ability to develop simple business plans, manage business finances, and utilize social media and marketplace platforms for product promotion. Evaluation through observation indicates that more than 80% of participants have experienced an increase in understanding and skills in the fields of management and digital marketing. This activity contributes positively to strengthening the competitiveness of SMEs in the digital economy era.

This is an open access article under the CC-BY-SA license



1. Pendahuluan

UMKM memiliki peran strategis dalam mendukung pertumbuhan ekonomi daerah, termasuk di Kabupaten Sukabumi terkhusus Desa Kebonpedes. Namun, masih banyak pelaku UMKM yang menghadapi kendala dalam manajemen Usaha dan pemanfaatan digital marketing untuk memperluas jangkauan pasar [1]. Kegiatan pengabdian kepada masyarakat ini bertujuan untuk meningkatkan kapasitas pelaku UMKM melalui pelatihan Manajemen Keuangan dan digital

marketing. Metode pelaksanaan meliputi pelatihan klasikal, praktik langsung, serta pendampingan intensif kepada peserta. Kegiatan dilaksanakan dengan melibatkan UMKM dari berbagai sektor usaha di Desa Kebonpedes Kab. Sukabumi. Hasil kegiatan menunjukkan peningkatan kemampuan peserta dalam menyusun rencana bisnis sederhana, mengelola keuangan usaha, serta memanfaatkan media sosial dan platform marketplace untuk promosi produk. Evaluasi melalui observasi menunjukkan bahwa lebih dari 80% peserta mengalami peningkatan pemahaman dan keterampilan di bidang manajemen dan pemasaran digital. Kegiatan ini memberikan kontribusi positif dalam memperkuat daya saing UMKM di era ekonomi digital. UMKM merupakan sektor yang memegang peranan strategis dalam perekonomian nasional, termasuk di daerah Kabupaten Sukabumi Jawa Barat. Perkembangan usaha produktifitas dan kreatifitas masyarakat telah mendapat apresiasi dan dukungan dari pemerintahan termasuk seperti Usaha Mikro Kecil Menengah (UMKM) dengan strategi promosi melalui bazar maupun platform digital (sosial media) yang dewasa ini banyak digandrungi oleh masyarakat luas, baik kaum muda maupun tua. Sampai saat ini, UMKM di Indonesia memperlihatkan trend peningkatan yang signifikan. Hal ini menandakan bahwa kreatifitas bangsa semakin berkembang dan menjadi potensi sebagai passive income masyarakat yang menggelutinya termasuk dengan dukungan pemerintah Indonesia [2]. Apresiasi pemerintah melalui Kementerian Koperasi dan Usaha Kecil Menengah (KUMKM) terhadap kemajuan UMKM di Indonesia. Sebagaimana dikutip pada portal berita media Indonesia dapat dilihat dari inisiasi perayaan hari Usaha Mikro kecil Menengah Nasional, yang dideklarasikan pertama kali pada tanggal 12 Agustus 2014 dan sampai saat ini terus berkembang. UMKM juga didukung dengan kemajuan teknologi dan industri yang pesat saat ini, sehingga Sektor UMKM memberikan kontribusi terhadap Produk Domestik Bruto (PDB) Indonesia sebesar 61% atau senilai Rp9.580 triliun, sementara kontribusi UMKM terhadap penyerapan tenaga kerja mencapai 97% dari total tenaga kerja [3].

Bank Dunia pada 2023 memproyeksikan, dalam tiga tahun ke depan, ekonomi Indonesia tumbuh lebih dari 0,1% setiap tahunnya, dan UMKM sebagai penggerak ekonomi Indonesia akan bertambah mencapai 83,3 juta pelaku pada 2034. Hal ini menunjukkan adanya peluang besar bagi masyarakat untuk terlibat dalam industri ini. Desa Kebonpedes, Kabupaten Sukabumi, memiliki potensi sumber daya alam yang melimpah, termasuk bahan baku seperti Pisang yang dapat diolah menjadi cemilan. Namun, keterbatasan pengetahuan dan keterampilan dalam proses produksi serta pemasaran menjadi tantangan utama yang dihadapi oleh masyarakat setempat. Upaya pengembangan dan pemberdayaan usaha mikro kecil menengah dewasa ini mendapat perhatian yang cukup besar dari berbagai pihak, baik pemerintah, perbankan, swasta, lembaga swadaya, masyarakat maupun lembaga-lembaga internasional. Hal ini dilatarbelakangi oleh besarnya potensi UMKM sebagai motor penggerak perekonomian nasional setelah mengalami krisis ekonomi yang berkepanjangan. Selain itu, usaha mikro kecil dan menengah juga dapat berkontribusi dalam membuka lapangan kerja baru, sehingga dapat menyerap tenaga kerja di Indonesia dan agenda ini sukses melihat perkembangan UMKM yang semakin pesat. Usaha Mikro Kecil Menengah (UMKM) mempunyai potensi yang besar dalam perekonomian dan dapat menjadi sumber mata pencaharian dalam memenuhi kebutuhan hidup pelaku usaha [4]. Bahkan UMKM mampu menjadi usaha mandiri yang dikelola oleh masyarakat dengan menciptakan lapangan pekerjaan, sehingga UMKM juga memberikan kontribusi pada pertumbuhan ekonomi di suatu daerah. Keberadaan UMKM tidak hanya dilakukan oleh pelaku usaha saja, tetapi juga harus mendapatkan dukungan dari berbagai pihak seperti pemerintah, sektor swasta, perbankan dan non perbankan serta dalam lingkup perguruan tinggi, sehingga terbentuklah sinergitas antara pelaku usaha dengan stakeholder terkait yang bertujuan agar UMKM dapat tumbuh menuju usaha yang lebih baik lagi dan berkembang dari waktu ke waktu. Namun, belum semua UMKM mendapatkan pendampingan sesuai dengan masalah yang dihadapi, sehingga program peran pendampingan UMKM perlu dilakukan. Berdasarkan hasil observasi, kami menemukan bahwa Desa Kebonpedes memiliki potensi alam yang sangat besar untuk mengembangkan usaha dengan memanfaatkan hasil bumi. Tujuan kegiatan pendampingan

masyarakat di Desa Kebonpedes adalah untuk: 1) meningkatkan pemahaman masyarakat dan mitra terkait pengemasan hasil UMKM yang lebih unggul. 2) meningkatkan strategi promosi hasil produksi. 3) meningkatkan kualitas produksi. 4) membangun relasi emosional dengan masyarakat dan mitra melalui kegiatan partisipatif. 5) belajar bersama dan meningkatkan sumber.

2. Metode Pelaksanaan

Lokasi Kegiatan Pengabdian Kepada Masyarakat ini berlokasi di BALE SAWALA PANTES, Desa Kebonpedes, Kec. Kebonpedes Kab. Sukabumi. Sasaran dalam kegiatan Pengabdian Kepada Masyarakat ini adalah pengelola UMKM di Desa Kebonpedes.

2.1. Tahap Pelaksanaan PKM di Desa Kebon Pedes

Adapun tahapannya sebagai berikut.

1. Survey; Survey itu sendiri bertujuan untuk memperoleh data mengenai situasi dan kondisi baik dari segi potensi masyarakat dan kelompok Usaha Kecil dan Menengah (UMKM) di Desa Kebonpedes Kabupaten Sukabumi, untuk dikembangkan maupun diperbaiki.
2. Pendampingan Pengolahan; Adapun rancangan awal program kerja Mahasiswa KKN yang mengarah kewirausaha yaitu pendampingan dan pemberdayaan masyarakat dalam pemanfaatan buah pisang menjadi produk kripik pisang dengan berbagai macam varian rasa.
3. Pengemasan; Pengabdian kepada Masyarakat ini ditujukan agar mahasiswa mampu membuat suatu program kerja yang bernilai dan memiliki manfaat bagi masyarakat, dalam hal ini mahasiswa di tuntut untuk berkolaborasi dan meluangkan kreativitas dalam rangka menciptakan peluang usaha dan peningkatan ekonomi masyarakat melalui strategi pemasaran yang baik dan terarah.
4. Pemasaran; Kemudian jenis kegiatan ini adalah guna mengatasi permasalahan yang terjadi pada pengelolaan (manajemen) Adapun yang menjadi mitra dalam pelaksanaan program kerja adalah Kelompok Usaha Kecil Menengah (UMKM) di desa Kebonpedes Kabupaten Sukabumi. Diketahui saat ini UMKM adalah salah satu sektor yang mampu menaikkan tingkat kesejahteraan masyarakat.

Diakhir Kegiatan, dilakukan evaluasi ketercapaian tujuan dengan mengukur tingkat perubahan, sikap peningkatan kemampuan, dan imlementasi materi dalam pengelolaan usaha.

3. Hasil dan Pembahasan

3.1. Pelaksanaan Kegiatan

Kegiatan pengabdian kepada masyarakat bertema Peningkatan Kapasitas UMKM Melalui Pelatihan Manajemen Keuangan dan Digital Marketing telah dilaksanakan selama satu bulan, melibatkan 30 pelaku UMKM dari berbagai sektor di desa Kebonpedes Kab Sukabumi. Pelatihan berlangsung dalam tiga tahap utama: 1) penyampaian materi teoritis; 2) praktik dan simulasi langsung; dan 3) pendampingan penerapan di lapangan. Pada tahap pertama, peserta diberikan materi dasar Pendidikan UMKM oleh Siska Dwi Yulianti S.Pd., M.Pd. Adapun kegiatan nya yaitu pemateri menjelaskan tentang integritas pendidikan tinggi dalam meningkatkan keterampilan pengembangan UMKM melalui beberapa cara: 1) Pelatihan dan pendidikan: Pendidikan tinggi dapat menyediakan pelatihan dan pendidikan yang relevan dengan kebutuhan UMKM, seperti manajemen bisnis, pemasaran, dan teknologi, 2) Pengembangan keterampilan: Pendidikan tinggi dapat membantu meningkatkan keterampilan SDM UMKM, seperti keterampilan teknis, manajerial, dan entrepreneur, 3) Inovasi dan penelitian: Pendidikan tinggi dapat melakukan penelitian dan pengembangan yang dapat membantu UMKM meningkatkan produktivitas dan kualitas produk, 4) Kerja sama dan kolaborasi: Pendidikan tinggi dapat menjalin kerja sama dengan UMKM, pemerintah, dan industri untuk meningkatkan pengembangan UMKM. Dengan demikian, pendidikan tinggi

dapat membantu meningkatkan keterampilan dan kemampuan UMKM, sehingga mereka dapat bersaing di pasar yang semakin kompetitif. Beberapa contoh program pendidikan tinggi yang dapat mendukung pengembangan UMKM adalah: 1) Program studi Ekonomi 2) Program Studi Entrepreneurship 3) Program pelatihan keterampilan teknis 4) Program inkubasi bisnis 5) Program penelitian dan pengembangan. Dengan kerja sama yang erat antara pendidikan tinggi dan UMKM, diharapkan dapat meningkatkan kualitas dan daya saing UMKM di Indonesia. Materi juga mencakup pentingnya pengelolaan sumber daya manusia dalam usaha kecil, termasuk pembagian tugas, motivasi kerja, dan pelayanan pelanggan. Penyampaian dilakukan secara interaktif melalui studi kasus UMKM lokal, diskusi kelompok, dan simulasi sederhana agar peserta dapat langsung mengaitkan teori dengan praktik usaha mereka. Materi yang kedua yaitu mengenai pencatatan keuangan usaha yang disampaikan oleh Indri Lastrian, M.Pd. Dalam Materi pencatatan keuangan usaha difokuskan pada pengenalan pentingnya administrasi keuangan yang rapi dan terstruktur bagi keberlangsungan UMKM. Peserta diberikan pemahaman dasar mengenai pencatatan transaksi harian, pembuatan laporan arus kas, laporan laba-rugi, serta neraca usaha secara sederhana. Materi juga mencakup teknik pemisahan keuangan pribadi dan usaha, pengelolaan modal kerja, serta penggunaan alat bantu pencatatan seperti buku kas manual dan aplikasi digital gratis seperti Excel atau aplikasi pembukuan UMKM. Penyampaian dilakukan secara praktis melalui simulasi pencatatan transaksi dan penyusunan laporan keuangan sederhana, agar peserta mampu langsung mengaplikasikan pada usaha mereka masing-masing. Sedangkan materi tentang teknik dasar pemasaran digital yang disampaikan oleh Iin Khairunnisa, M.Pd. Materi teknik dasar pemasaran digital disampaikan untuk membekali pelaku UMKM dengan kemampuan mempromosikan produknya secara efektif melalui media online. Materi mencakup pengenalan konsep digital marketing, pemanfaatan media sosial (seperti Instagram, Facebook, dan WhatsApp Business) untuk promosi, pembuatan konten menarik yang sesuai dengan karakteristik target pasar, serta teknik dasar *copywriting* dan *storytelling* produk. Selain itu, peserta juga dikenalkan dengan algoritma media sosial dan cara meningkatkan interaksi (*engagement*) melalui posting rutin, penggunaan hashtag, dan fitur interaktif seperti story dan live. Materi disampaikan secara aplikatif dengan praktik langsung membuat akun bisnis, merancang konten promosi, serta simulasi kampanye pemasaran sederhana agar peserta dapat langsung menerapkannya pada usaha mereka. Adapun dokumentasi penyampaian materi dapat dilihat pada gambar 1 dan 2. Gambar 1 Penyampaian Materi Gambar 2 Peserta Pelatihan Tahap kedua, peserta melakukan praktik langsung seperti membuat akun bisnis di Instagram, Facebook, dan marketplace lokal, serta belajar menyusun konten promosi yang menarik.



Gambar 1. Penyampaian materi



Gambar 2. Peserta seminar

3.2. Keunggulan dan Kelemahan Luar

Keunggulan luaran kegiatan ini adalah adaptasi yang tinggi dari peserta terhadap materi yang diberikan, terutama pada penggunaan platform media sosial sebagai sarana promosi usaha yang disesuaikan dengan kebutuhan lokal serta pendampingan pasca pelatihan menjadi faktor penting dalam mendorong keberhasilan adopsi teknologi digital. Namun, terdapat kelemahan, yaitu tingkat literasi digital yang masih rendah di kalangan peserta tertentu, terutama peserta berusia di atas 45 tahun. Beberapa peserta juga menghadapi keterbatasan dalam penggunaan perangkat digital (seperti smartphone) sehingga menghambat kecepatan implementasi pemasaran online. Selain itu, kendala jaringan internet di beberapa wilayah desa di Kebonpedes juga menjadi hambatan teknis dalam praktik pemasaran digital secara optimal.

3.3. Tingkat Kesulitan dan Peluang Pengembangan

Tingkat kesulitan pelaksanaan kegiatan tergolong menengah. Hambatan utama datang dari:

1. Keterbatasan fasilitas digital: Sebagian peserta belum memiliki perangkat memadai.
2. Tingkat pendidikan peserta: Beragam, sehingga membutuhkan pendekatan yang lebih personal dalam pelatihan.
3. Keterbatasan infrastruktur internet: Di beberapa wilayah, sinyal internet tidak stabil.

Namun demikian, peluang pengembangan ke depan sangat terbuka. Beberapa peserta menyatakan minat untuk memperdalam keterampilan digital marketing lebih lanjut, seperti optimasi marketplace (Shopee, Tokopedia) dan pembuatan konten visual profesional. Sebagai tindak lanjut, program ini dapat dikembangkan menjadi program inkubasi UMKM berbasis digital di tingkat kabupaten, termasuk pelatihan lanjutan tentang iklan berbayar, manajemen toko online, dan optimasi SEO marketplace.

4. Kesimpulan

Kegiatan pengabdian kepada masyarakat dengan judul Peningkatan Kapasitas UMKM Melalui Pelatihan Manajemen Keuangan dan Digital Marketing di Desa Kebonpedes telah berhasil dilaksanakan dengan capaian yang menggembirakan. Program ini mampu meningkatkan pemahaman dan keterampilan pelaku UMKM dalam mengelola bisnis serta memanfaatkan platform digital sebagai sarana pemasaran. Hasil pengukuran menunjukkan adanya peningkatan signifikan dalam pengetahuan Manajemen Keuangan, perubahan sikap terhadap penggunaan teknologi digital, serta implementasi nyata dalam bentuk akun bisnis online dan konten promosi. Keunggulan dari kegiatan ini terletak pada pendekatan praktis yang aplikatif, serta adanya pendampingan pasca pelatihan yang membantu peserta menerapkan keterampilan baru ke dalam usaha mereka. Namun demikian, kegiatan ini juga memiliki kekurangan, terutama terkait dengan rendahnya literasi digital sebagian peserta dan keterbatasan infrastruktur, seperti perangkat dan jaringan internet yang belum merata di wilayah sasaran. Dampak dari pelaksanaan kegiatan ini cukup luas, tidak hanya dalam peningkatan kapasitas individu pelaku UMKM, tetapi juga dalam mendorong transformasi digital

secara bertahap dalam sektor usaha kecil di daerah. Dengan adanya pelatihan ini, peserta tidak hanya menjadi lebih mandiri dalam mengelola usahanya, tetapi juga lebih siap untuk bersaing di pasar yang semakin digital. Program serupa kedepannya perlu dikembangkan dalam bentuk pendampingan berkelanjutan, pelatihan tingkat lanjut, serta kolaborasi dengan pemerintah daerah atau lembaga swasta untuk membentuk ekosistem digital UMKM yang lebih kuat. Selain itu, perlu adanya pengembangan system monitoring dan evaluasi digital untuk mengukur pertumbuhan UMKM secara berkala pasca intervensi program.

Ucapan Terimakasih

Ucapan terima kasih yang sebesar-besarnya kepada Universitas Linggabuana PGRI Sukabumi terutama Lembaga Pengabdian Kepada Masyarakat (LPkM) atas dukungan pendanaan kegiatan pengabdian kepada masyarakat ini. Ucapan terima kasih juga kepada mitra kegiatan, yaitu para pelaku UMKM binaan di wilayah Desa Kebonpedes dan sekitarnya atas partisipasi aktif dan kerjasama yang sangat baik selama proses pelaksanaan pelatihan dan pendampingan. Segala bentuk kontribusi, masukan, dan dukungan yang telah diberikan sangat membantu dalam penyelesaian kegiatan ini. Semoga hasil dari pengabdian ini dapat memberikan manfaat nyata bagi masyarakat dan menjadi kontribusi berkelanjutan dalam pemberdayaan umkm lokal.

Daftar Pustaka

- [1] M. G. Lestari, *Ekonomi Kecil dan Menengah: Teori, Praktik, dan Kebijakan*. Jakarta: Rayaz, 2020.
- [2] M. Mulyadi, R., & Hidayat, *Pemberdayaan UMKM melalui Pelatihan Kewirausahaan dan Pendampingan Strategis*. Yogyakarta: Penerbit Pembangunan Ekonomi., 2021.
- [3] D. Sudirman, A., & Purnama, "Tantangan Pengembangan UMKM di Daerah dengan Akses Internet Terbatas: Studi Kasus di Purbalingga,," *J. Pembang. Drh.*, vol. 1, pp. 150-167., 2023, [Online]. Available: <https://doi.org/10.5678/jpd.2023.10.2.150>.
- [4] R. Wahyuni, S., & Prabowo, "Pengaruh Pelatihan Kewirausahaan terhadap Peningkatan Kapasitas UMKM di Daerah dengan Infrastruktur Digital Terbatas,," *J. Pembang. Daerah*, vol. 1, pp. 211-228, 2022, [Online]. Available: <https://doi.org/10.5678/jpd.2023.10.2.150>.