

Peningkatan Kemampuan Pengelolaan Usaha UMKM Melalui Pelatihan Manajemen, Keuangan dan Digital Marketing

Wan Mariatul Kifti*, Rohminatin, Amalia

Fakultas Ilmu Komputer, Program Studi Sistem Informasi, Universitas Royal, Kisaran, Indonesia

Email: ¹*kifti.inti@gmail.com, ²rohminatin2019@gmail.com, ³amelkhana90@gmail.com

Email Penulis Korespondensi: kifti.inti@gmail.com

Abstrak—Kegiatan pengabdian kepada masyarakat ini dilaksanakan pada pelaku Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah (UMKM) di Desa Sei Silau Timur yang bergerak di bidang kuliner rumahan dan perdagangan kecil. Berdasarkan hasil observasi, permasalahan utama yang dihadapi meliputi rendahnya kemampuan manajemen usaha, belum adanya pencatatan keuangan yang terstruktur, serta minimnya pemanfaatan teknologi digital dalam pemasaran produk sehingga menghambat perkembangan dan daya saing usaha. Solusi yang ditawarkan berupa pelatihan manajemen usaha, pengelolaan keuangan sederhana, dan pemasaran digital berbasis media sosial. Kegiatan dilaksanakan melalui metode sosialisasi, praktik langsung, dan diskusi interaktif yang disesuaikan dengan kebutuhan peserta. Kegiatan diikuti oleh 50 pelaku UMKM. Hasil evaluasi menunjukkan bahwa tingkat pemahaman peserta setelah mengikuti kegiatan mencapai 85% pada aspek manajemen usaha, 80% pada aspek pengelolaan keuangan sederhana, dan 78% pada aspek pemanfaatan digital marketing. Selain itu, peserta mampu menyusun pencatatan keuangan sederhana dan memahami strategi pemanfaatan media sosial sebagai sarana pemasaran produk. Hasil tersebut menunjukkan bahwa kegiatan pengabdian berhasil meningkatkan kompetensi pelaku UMKM dalam mengelola usaha secara lebih efektif serta mendukung peningkatan daya saing dan kemandirian ekonomi masyarakat desa.

Keywords: Manajemen Usaha; Pencatatan Keuangan; Digital Marketing; UMKM; Masyarakat Desa

Abstract—This community service program was conducted for Micro, Small, and Medium Enterprises (MSMEs) in Sei Silau Timur Village, primarily engaged in home-based culinary businesses and small-scale trading. Based on the preliminary assessment, the main challenges faced by the participants included limited business management skills, the absence of systematic financial record-keeping, and inadequate utilization of digital technology for product marketing, which hindered business growth and competitiveness. To address these issues, the program provided training on business management, basic financial record-keeping, and social media-based digital marketing. The activities were implemented through socialization sessions, hands-on practice, and interactive discussions tailored to the participants' needs. The program involved 50 MSME participants. The evaluation results indicated that participants' level of understanding reached 85% in business management, 80% in basic financial management, and 78% in digital marketing after completing the training. Furthermore, participants demonstrated the ability to prepare simple financial records and gained a better understanding of utilizing social media as a marketing tool. These findings indicate that the community service program effectively enhanced the participants' competencies in managing their businesses, thereby contributing to improved business competitiveness and supporting the sustainable economic empowerment of the local community.

Kata Kunci: Business Management; Financial Records; Digital Marketing; MSMEs; Rural Community

How to Cite: Kifti, W., Rohminatin, R., & Amalia, A. (2026). Peningkatan Kemampuan Pengelolaan Usaha UMKM Melalui Pelatihan Manajemen, Keuangan dan Digital. *Journal of Social Responsibility Projects by Higher Education Forum*, 7(1), 101-108. <https://doi.org/10.47065/jrespro.v7i1.10625>

1. PENDAHULUAN

Desa Sei Silau Timur, Kecamatan Buntu Pane, Kabupaten Asahan memiliki masyarakat yang aktif menjalankan Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah (UMKM), khususnya pada sektor kuliner rumahan dan perdagangan kecil. Usaha tersebut menjadi salah satu sumber pendapatan masyarakat serta berkontribusi terhadap aktivitas ekonomi lokal. Namun, berdasarkan hasil observasi lapangan yang dilakukan pada tanggal 2 Februari 2026, sebagian besar pelaku UMKM masih mengelola usahanya secara sederhana. Perencanaan usaha belum dilakukan secara sistematis, pencatatan keuangan belum dipisahkan antara keuangan usaha dan pribadi, serta pemasaran produk masih mengandalkan metode konvensional dengan jangkauan pasar yang terbatas. Kondisi tersebut menyebabkan perkembangan usaha berjalan lambat dan daya saing produk relatif rendah.

UMKM memiliki peran penting dalam menopang perekonomian masyarakat serta berkontribusi signifikan terhadap pertumbuhan ekonomi nasional, sehingga pengembangannya menjadi prioritas dalam pemberdayaan ekonomi lokal (Aliyil et al., 2025). Selain berkontribusi terhadap pertumbuhan ekonomi nasional, UMKM juga berperan dalam menciptakan lapangan kerja, mengurangi tingkat pengangguran, serta meningkatkan kesejahteraan masyarakat (Farahiyah & Haryadi, 2024). Agar mampu bertahan di tengah persaingan yang semakin kompetitif, pelaku UMKM perlu meningkatkan kapasitas manajerial, kemampuan beradaptasi terhadap teknologi digital, dan inovasi usaha secara berkelanjutan (Dwivedi et al., 2021).

Berdasarkan hasil observasi kegiatan pengabdian pada tanggal 2 Februari 2026, ditemukan bahwa permasalahan utama mitra terletak pada aspek pengelolaan usaha, keuangan, dan pemasaran digital yang belum optimal. Permasalahan ini bersifat spesifik dan berdampak langsung terhadap kemampuan usaha dalam meningkatkan pendapatan dan daya saing.

Pada aspek manajemen usaha, pelaku UMKM belum memiliki perencanaan usaha yang jelas, seperti target produksi, target penjualan, serta strategi pengembangan usaha. Kegiatan usaha berjalan tanpa evaluasi berbasis data

sehingga pelaku usaha tidak dapat mengukur perkembangan usaha secara objektif. Kondisi ini menunjukkan bahwa strategi bisnis yang tidak terstruktur akan berpengaruh terhadap rendahnya kinerja UMKM (Kusuma & Gunawan, 2023).

Perencanaan usaha yang baik menjadi dasar dalam menentukan arah pengembangan bisnis karena membantu pelaku usaha menetapkan target, mengelola sumber daya secara efektif, dan mengevaluasi pencapaian usaha secara berkala. Penerapan manajemen usaha yang terstruktur akan meningkatkan kemampuan UMKM dalam menghadapi perubahan lingkungan bisnis (Agustini & Suwena, 2024).

Pada aspek manajemen keuangan, sebagian besar pelaku UMKM belum melakukan pencatatan keuangan secara rutin dan sistematis. Keuangan usaha masih bercampur dengan keuangan pribadi, sehingga pelaku usaha tidak mengetahui secara pasti kondisi laba atau rugi usaha. Rendahnya kemampuan dalam pengelolaan keuangan ini menjadi salah satu faktor penghambat dalam pengambilan keputusan usaha dan keberlanjutan bisnis. Pengelolaan keuangan yang sistematis juga membantu pelaku UMKM dalam mengendalikan arus kas, mengetahui kondisi keuntungan usaha, serta menyusun strategi pengembangan bisnis secara lebih terarah. Kemampuan tersebut menjadi salah satu indikator penting dalam menjaga keberlanjutan usaha (Riyanti et al., 2026).

Selanjutnya, pada aspek pemasaran berbasis teknologi, pelaku UMKM masih mengandalkan pemasaran konvensional dengan jangkauan terbatas. Pemanfaatan media digital, seperti media sosial, belum dilakukan secara optimal. Padahal, pemasaran digital terbukti memiliki pengaruh signifikan terhadap peningkatan kinerja UMKM dan mampu memperluas jangkauan pasar secara lebih efisien (Andriani et al., 2023). Selain itu, rendahnya pemanfaatan digital marketing juga disebabkan oleh keterbatasan pengetahuan dan keterampilan dalam penggunaan teknologi (Paransa, 2024). Perkembangan media sosial telah mengubah pola pemasaran dari metode konvensional menuju pemasaran digital yang lebih interaktif. Melalui media sosial, pelaku usaha dapat membangun hubungan yang lebih dekat dengan pelanggan sekaligus meningkatkan kepercayaan konsumen terhadap produk yang dipasarkan (Kapoor et al., 2017).

Di sisi lain, perkembangan teknologi informasi menuntut pelaku UMKM untuk mampu beradaptasi dengan transformasi digital agar tetap kompetitif. Pemanfaatan media sosial tidak hanya meningkatkan visibilitas produk, tetapi juga berkontribusi terhadap peningkatan penjualan dan daya saing usaha (Sahrul & Nuringsih, 2023). Namun, kenyataannya masih banyak pelaku UMKM yang belum memanfaatkan teknologi tersebut secara optimal, sehingga peluang pasar belum tergarap dengan baik (Fatmawati & Fauziah, 2025). Pemanfaatan teknologi digital yang dilakukan secara konsisten mampu meningkatkan visibilitas produk, memperluas akses pasar, serta memperkuat daya saing UMKM. Oleh karena itu, penguasaan teknologi digital menjadi salah satu kompetensi yang perlu dimiliki oleh pelaku usaha pada era transformasi digital (Winarni et al., 2025).

UMKM memiliki peran strategis dalam mendukung pertumbuhan ekonomi, menciptakan lapangan kerja, dan meningkatkan kesejahteraan masyarakat. Namun, kemampuan UMKM dalam menghadapi persaingan yang semakin digital sangat dipengaruhi oleh kemampuan manajemen usaha, literasi keuangan, inovasi, serta kesiapan dalam mengadopsi teknologi digital. Transformasi digital terbukti memberikan pengaruh positif terhadap peningkatan kinerja dan keberlanjutan usaha kecil dan menengah melalui peningkatan efisiensi operasional, perluasan pasar, serta penciptaan nilai baru bagi pelanggan (Teng & Wu, 2022).

Berdasarkan kondisi lapangan, terdapat kesenjangan (gap) antara kondisi ideal dengan kondisi UMKM di Desa Sei Silau Timur. Pada aspek manajemen usaha, pelaku UMKM belum memiliki target produksi, target penjualan, maupun evaluasi usaha yang terukur sehingga perkembangan usaha sulit dipantau. Pada aspek keuangan, sebagian besar pelaku usaha belum melakukan pencatatan keuangan secara rutin sehingga informasi mengenai laba, biaya operasional, dan arus kas belum tersedia secara akurat. Kondisi tersebut menjadi salah satu hambatan utama dalam pengambilan keputusan bisnis karena pelaku UMKM tidak memiliki informasi keuangan yang memadai. Literasi keuangan dan kemampuan pengelolaan keuangan digital menjadi faktor penting dalam meningkatkan keberlanjutan dan kinerja UMKM (Athia et al., 2023).

Berbagai penelitian menunjukkan bahwa peningkatan kapasitas UMKM melalui pelatihan literasi keuangan dan digital marketing mampu meningkatkan kemampuan pengelolaan usaha serta kinerja bisnis (Athia et al., 2023) menemukan bahwa literasi keuangan dan literasi digital memiliki kontribusi terhadap peningkatan kinerja UMKM. Selain itu, penerapan *digital marketing* dan *e-commerce* juga terbukti mampu meningkatkan kinerja keuangan serta keberlanjutan UMKM di Indonesia (Intan et al., 2021). Namun, sebagian besar program sebelumnya masih berfokus pada satu aspek tertentu, seperti pemasaran digital atau pengelolaan keuangan, sehingga pendekatan yang mengintegrasikan manajemen usaha, pencatatan keuangan sederhana, dan digital marketing secara bersamaan masih perlu dikembangkan, khususnya pada konteks UMKM pedesaan. Namun, sebagian besar kegiatan sebelumnya masih berfokus pada satu aspek tertentu, seperti pemasaran digital atau literasi keuangan saja, sehingga belum banyak pendekatan yang mengintegrasikan aspek manajemen usaha, keuangan sederhana, dan digital marketing dalam satu program pendampingan berbasis kebutuhan masyarakat desa.

Berdasarkan kajian tersebut, kebaruan (*novelty*) kegiatan pengabdian ini terletak pada pendekatan pendampingan terpadu yang menggabungkan tiga aspek utama, yaitu manajemen usaha, pengelolaan keuangan sederhana, dan pemasaran digital berbasis media sosial. Program ini dirancang berdasarkan hasil identifikasi kebutuhan masyarakat Desa Sei Silau Timur sehingga materi yang diberikan bersifat kontekstual, aplikatif, dan sesuai dengan karakteristik UMKM setempat.

Kegiatan pengabdian kepada masyarakat ini bertujuan untuk meningkatkan kemampuan pelaku UMKM dalam mengelola usaha secara lebih efektif melalui pelatihan dan pendampingan pada aspek manajemen usaha, keuangan, serta pemanfaatan teknologi digital. Dengan demikian, kegiatan pengabdian ini diharapkan mampu memberikan solusi yang

tepat sasaran terhadap permasalahan mitra, serta meningkatkan kemampuan masyarakat dalam mengelola usaha secara lebih terarah, efisien, dan berkelanjutan.

2. METODE PELAKSANAAN

Kegiatan pengabdian kepada masyarakat ini dilaksanakan di Desa Sei Silau Timur, Kecamatan Buntu Pane, Kabupaten Asahan pada tanggal 2 Februari 2026. Mitra kegiatan adalah pelaku Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah (UMKM) yang bergerak pada sektor kuliner rumahan dan perdagangan kecil dengan jumlah peserta sebanyak 50 orang. Pelaksanaan kegiatan dilakukan dengan pendekatan pelatihan partisipatif (*participatory training*) yang mengombinasikan metode penyampaian materi, praktik langsung, pendampingan, dan evaluasi.

Pendekatan pelaksanaan kegiatan disusun berdasarkan hasil identifikasi permasalahan mitra yang meliputi tiga aspek utama, yaitu rendahnya kemampuan manajemen usaha, belum optimalnya pengelolaan keuangan sederhana, dan keterbatasan pemanfaatan teknologi digital dalam pemasaran produk.



Gambar 1. Tahapan Kegiatan

Oleh karena itu, metode kegiatan dirancang untuk memberikan solusi secara bertahap melalui beberapa tahapan seperti terlihat pada Gambar 1, sebagai berikut:

1. Tahap Persiapan

Pada tahap persiapan, tim pengabdian melakukan koordinasi dengan pemerintah Desa Sei Silau Timur dan calon peserta kegiatan untuk mengidentifikasi kebutuhan serta karakteristik UMKM mitra. Selanjutnya, tim menyusun materi pelatihan, modul kegiatan, instrumen evaluasi, serta media pendukung berupa slide presentasi dan contoh praktik. Materi yang disiapkan mencakup tiga topik utama, yaitu:

- Manajemen usaha, meliputi perencanaan usaha, penyusunan target produksi dan penjualan, serta evaluasi perkembangan usaha.
- Pengelolaan keuangan UMKM, meliputi pemisahan keuangan usaha dan pribadi, pencatatan pemasukan dan pengeluaran, serta penyusunan laporan keuangan sederhana.
- Digital marketing, meliputi pemanfaatan media sosial sebagai media promosi, pembuatan konten pemasaran sederhana, dan strategi meningkatkan jangkauan pasar.

2. Tahap Pelaksanaan Pelatihan

Pelaksanaan kegiatan dilakukan menggunakan metode ceramah interaktif, praktik langsung dan diskusi kelompok. Metode ceramah interaktif digunakan untuk memberikan pemahaman konsep dasar mengenai pengelolaan usaha, keuangan, dan pemasaran digital. Penyampaian materi dilakukan oleh anggota tim sesuai dengan bidang keahlian masing-masing. Materi manajemen usaha disampaikan oleh ketua tim pengabdian yang membahas pentingnya perencanaan usaha, strategi pengembangan bisnis, serta evaluasi kinerja usaha. Materi pengelolaan keuangan UMKM disampaikan oleh anggota tim bidang manajemen keuangan dengan memberikan contoh pencatatan transaksi sederhana dan pengelolaan arus kas. Selanjutnya, materi digital marketing disampaikan oleh anggota bidang komputer yang berfokus pada pemanfaatan media sosial sebagai sarana promosi dan pengembangan pasar. Setelah penyampaian materi, peserta diberikan latihan praktik berupa penyusunan format pencatatan keuangan sederhana dan simulasi pemanfaatan media sosial untuk promosi produk. Praktik ini bertujuan agar peserta tidak hanya memahami konsep, tetapi juga mampu menerapkan materi yang diberikan dalam aktivitas usaha sehari-hari.

3. Tahap Diskusi dan Pendampingan

Tahap diskusi dilakukan melalui sesi tanya jawab antara peserta dan tim pengabdian untuk menggali permasalahan yang dihadapi selama menjalankan usaha. Peserta diberikan kesempatan untuk menyampaikan kendala terkait pengelolaan usaha, pencatatan keuangan, maupun pemasaran produk. Melalui diskusi tersebut, tim memberikan solusi yang sesuai dengan kondisi masing-masing usaha peserta. Pendampingan dilakukan untuk memastikan peserta mampu menerapkan materi yang telah diberikan sesuai dengan kebutuhan usaha mereka.

4. Tahap Evaluasi Kegiatan

Evaluasi kegiatan dilakukan untuk mengukur tingkat keberhasilan pelaksanaan pengabdian. Instrumen evaluasi menggunakan kuesioner dengan skala Likert 1–5 yang diberikan kepada peserta setelah kegiatan selesai. Kuesioner mencakup tiga indikator utama, yaitu: Pemahaman peserta terhadap manajemen usaha, pemahaman peserta terhadap pengelolaan keuangan sederhana dan pemahaman peserta terhadap pemanfaatan digital marketing. Instrumen evaluasi disusun berdasarkan indikator capaian kegiatan dan telah melalui pemeriksaan tim pelaksana untuk memastikan kesesuaian pertanyaan dengan tujuan kegiatan. Data hasil evaluasi dianalisis menggunakan teknik analisis deskriptif kuantitatif dengan menghitung persentase tingkat pemahaman peserta pada setiap indikator. Keberhasilan kegiatan diukur berdasarkan tingkat pemahaman peserta setelah mengikuti pelatihan. Hasil evaluasi menunjukkan bahwa tingkat pemahaman peserta mencapai 85% pada aspek manajemen usaha, 80% pada aspek pengelolaan keuangan sederhana, dan 78% pada aspek pemanfaatan digital marketing. Hasil tersebut menunjukkan bahwa metode pelatihan dan pendampingan yang diterapkan mampu meningkatkan kapasitas peserta dalam mengelola usaha secara lebih efektif. Alur kegiatan yang dilaksanakan dapat dilihat pada Gambar 1.

3. HASIL DAN PEMBAHASAN

3.1 Penjelasan Kegiatan

Kegiatan Pengabdian kepada Masyarakat dilaksanakan di Desa Sei Silau Timur, Kecamatan Buntu Pane, Kabupaten Asahan dengan melibatkan 50 pelaku UMKM sebagai peserta. Peserta terdiri atas pelaku usaha makanan dan minuman (25 orang), perdagangan (15 orang), serta usaha kerajinan dan jasa (10 orang). Sebagian besar peserta telah menjalankan usaha selama 2–5 tahun, namun belum memiliki kemampuan yang memadai dalam manajemen usaha, pencatatan keuangan, dan pemasaran digital berdasarkan hasil observasi awal. Pelaksanaan kegiatan dilakukan melalui beberapa tahapan yang meliputi identifikasi kebutuhan mitra, penyusunan materi pelatihan, pelaksanaan penyuluhan, praktik secara langsung, diskusi interaktif, dan pendampingan kepada peserta. Pendekatan tersebut dipilih agar peserta tidak hanya memperoleh pengetahuan secara teoritis, tetapi juga memiliki kemampuan dalam menerapkan materi yang telah diberikan sesuai dengan kondisi usaha masing-masing.

Pendekatan pelatihan yang dipadukan dengan praktik langsung memberikan kesempatan kepada peserta untuk memahami materi secara lebih mudah karena setiap konsep disesuaikan dengan kondisi usaha yang dijalankan sehari-hari. Model pendampingan seperti ini dinilai lebih efektif dalam meningkatkan kemampuan pelaku UMKM dibandingkan penyampaian materi secara teoritis semata (Daulay et al., 2023).

Materi pertama yang diberikan berkaitan dengan manajemen usaha. Pada sesi ini peserta memperoleh pemahaman mengenai pentingnya penyusunan tujuan usaha, perencanaan produksi, penentuan target penjualan, analisis kondisi usaha, serta evaluasi perkembangan usaha secara berkala. Selama kegiatan berlangsung, peserta menunjukkan antusiasme yang tinggi karena sebagian besar pelaku UMKM sebelumnya menjalankan usaha berdasarkan pengalaman tanpa adanya perencanaan usaha yang terdokumentasi. Setelah mengikuti pelatihan, peserta mulai memahami pentingnya menyusun rencana usaha sederhana sebagai pedoman dalam mengembangkan bisnis.

Selanjutnya diberikan pelatihan mengenai pengelolaan keuangan sederhana. Materi difokuskan pada pentingnya memisahkan keuangan pribadi dan usaha, melakukan pencatatan transaksi harian, menyusun laporan pemasukan dan pengeluaran, serta menghitung laba dan rugi usaha secara sederhana. Peserta kemudian melakukan praktik menggunakan format buku kas sederhana yang telah disediakan. Pendampingan dilakukan secara langsung sehingga peserta dapat memahami cara mencatat transaksi sesuai aktivitas usaha masing-masing.

Materi berikutnya adalah pemanfaatan digital marketing sebagai strategi pemasaran. Peserta memperoleh penjelasan mengenai konsep pemasaran digital, pemanfaatan media sosial sebagai media promosi, teknik pengambilan foto produk menggunakan telepon pintar, penyusunan caption promosi, serta strategi membangun identitas usaha melalui media digital. Pada sesi praktik, peserta dibimbing mengoptimalkan akun media sosial yang telah dimiliki sehingga dapat dimanfaatkan sebagai sarana promosi dengan biaya yang relatif rendah. Pemanfaatan teknologi informasi dalam kegiatan usaha tidak hanya meningkatkan efektivitas pemasaran, tetapi juga mendorong efisiensi operasional serta meningkatkan kemampuan inovasi pelaku usaha dalam menghadapi perubahan pasar (Cuevas-vargas et al., 2016).

Seluruh rangkaian kegiatan memberikan nilai tambah bagi masyarakat, baik dari aspek ekonomi maupun sosial. Dari aspek ekonomi, peserta memperoleh kemampuan untuk mengelola usaha secara lebih efektif sehingga diharapkan mampu meningkatkan produktivitas dan pendapatan usaha. Dari aspek sosial, kegiatan ini mendorong perubahan perilaku masyarakat menjadi lebih tertib dalam melakukan pencatatan keuangan, lebih terencana dalam mengelola usaha, serta lebih terbuka terhadap pemanfaatan teknologi digital sebagai bagian dari pengembangan usaha.

3.2 Tingkat Pemahaman Tentang Kegiatan Yang Berlangsung

Keberhasilan kegiatan diukur melalui observasi selama pelaksanaan pelatihan, diskusi interaktif, praktik langsung, dan evaluasi setelah seluruh materi selesai disampaikan. Indikator keberhasilan meliputi kemampuan peserta memahami konsep manajemen usaha, melakukan pencatatan keuangan sederhana, serta memanfaatkan media sosial sebagai sarana pemasaran produk.

Hasil evaluasi menunjukkan bahwa sebagian besar peserta mengalami peningkatan pemahaman dibandingkan sebelum pelaksanaan kegiatan. Pada awal kegiatan, mayoritas peserta belum memiliki perencanaan usaha yang

terdokumentasi, belum melakukan pencatatan transaksi secara rutin, dan belum memanfaatkan media digital secara optimal. Setelah mengikuti pelatihan dan pendampingan, peserta mampu menyusun rencana usaha sederhana, mencatat transaksi usaha secara sistematis, serta memahami strategi promosi melalui media sosial.

Tingkat pemahaman peserta juga terlihat dari meningkatnya partisipasi selama sesi diskusi. Peserta aktif mengajukan pertanyaan mengenai pengelolaan usaha, cara menghitung keuntungan, hingga strategi meningkatkan jumlah pelanggan melalui media digital. Kondisi tersebut menunjukkan bahwa metode pelatihan yang dikombinasikan dengan praktik langsung mampu meningkatkan pemahaman peserta secara efektif. Kondisi tersebut sejalan dengan berbagai kegiatan pemberdayaan masyarakat yang menekankan pentingnya pendampingan secara berkelanjutan agar perubahan perilaku usaha dapat berlangsung secara konsisten (Harahap et al., 2024).

Keunggulan kegiatan ini terletak pada pendekatan pendampingan yang disesuaikan dengan kondisi *riil* pelaku UMKM di Desa Sei Silau Timur. Materi yang diberikan bersifat aplikatif sehingga mudah dipahami dan langsung dapat diterapkan dalam kegiatan usaha sehari-hari. Selain itu, penggunaan contoh kasus berdasarkan usaha peserta menjadikan proses pembelajaran lebih interaktif dan mudah dipahami.

Meskipun demikian, kegiatan ini masih memiliki beberapa keterbatasan. Waktu pelaksanaan yang relatif singkat menyebabkan proses pendampingan belum dapat dilakukan secara berkelanjutan. Selain itu, kemampuan peserta dalam menggunakan teknologi digital masih beragam sehingga memerlukan pendampingan lanjutan agar seluruh peserta dapat mengimplementasikan pemasaran digital secara optimal.

Peluang pengembangan kegiatan pada masa mendatang masih sangat besar. Program pendampingan dapat dikembangkan melalui pelatihan lanjutan mengenai *marketplace*, *branding* produk, desain kemasan, *digital payment*, hingga penyusunan laporan keuangan berbasis aplikasi. Dengan demikian, keberlanjutan program diharapkan mampu meningkatkan daya saing UMKM secara berkesinambungan.

Tabel 1. Indikator Tingkat Pemahaman Peserta

Aspek	Sebelum Kegiatan	Setelah Kegiatan
Manajemen usaha	Belum memiliki perencanaan usaha	Mampu menyusun rencana usaha sederhana
Pengelolaan keuangan	Belum melakukan pencatatan transaksi	Mampu membuat buku kas sederhana
Digital marketing	Media sosial belum dimanfaatkan secara optimal	Memahami strategi promosi melalui media sosial
Motivasi pengembangan usaha	Masih perlu ditingkatkan	Meningkat dan lebih percaya diri

Berdasarkan Tabel 1, terlihat bahwa kegiatan pengabdian memberikan peningkatan pemahaman peserta pada aspek manajemen usaha, pengelolaan keuangan sederhana, pemanfaatan *digital marketing*, serta motivasi dalam mengembangkan usaha. Perubahan tersebut tidak hanya ditunjukkan melalui hasil evaluasi selama pelatihan, tetapi juga terlihat dari keterlibatan aktif peserta dalam setiap sesi penyampaian materi, diskusi, dan praktik. Proses pelaksanaan kegiatan serta interaksi antara tim pengabdian dan peserta dapat dilihat pada Gambar 2.



Gambar 2. Penyampaian Materi

Setelah seluruh rangkaian penyampaian materi, diskusi, dan pendampingan selesai dilaksanakan, kegiatan diakhiri dengan sesi dokumentasi bersama sebagai bentuk komitmen antara tim pengabdian, pemerintah desa, dan peserta dalam mendukung keberlanjutan program pemberdayaan UMKM yang dapat dilihat pada Gambar 3.



Gambar 3. Dokumentasi Akhir Kegiatan

3.3 Dampak Perbandingan Kegiatan Sebelum dan Setelah Kegiatan

Pelaksanaan kegiatan memberikan perubahan positif terhadap kemampuan peserta dalam mengelola usaha. Sebelum kegiatan dilaksanakan, sebagian besar peserta masih mengelola usaha secara konvensional tanpa adanya perencanaan usaha, pencatatan keuangan, maupun strategi pemasaran digital yang jelas. Setelah kegiatan berlangsung, peserta mulai menerapkan berbagai materi yang telah diperoleh selama pelatihan.

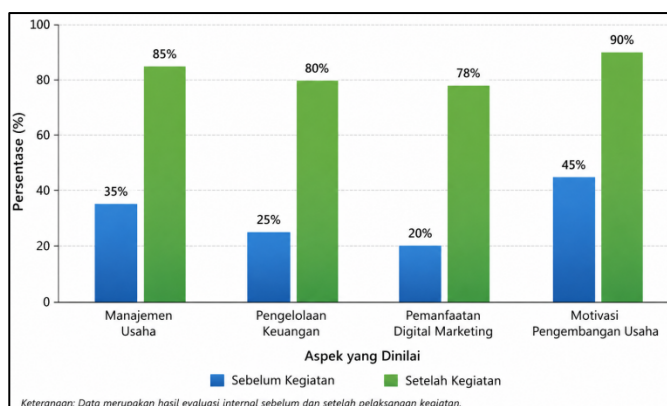
Perubahan tersebut tidak hanya terlihat dari peningkatan pengetahuan, tetapi juga dari perubahan perilaku peserta dalam menjalankan usaha. Peserta mulai memisahkan keuangan pribadi dan usaha, melakukan pencatatan transaksi harian, serta memanfaatkan media sosial sebagai sarana promosi produk. Perubahan tersebut menjadi indikator bahwa kegiatan pengabdian telah memberikan dampak positif terhadap peningkatan kapasitas masyarakat.

Dampak kegiatan tidak hanya terlihat pada peningkatan pengetahuan peserta, tetapi juga pada tumbuhnya kesadaran untuk menerapkan pengelolaan usaha yang lebih sistematis. Perubahan perilaku tersebut menjadi modal penting dalam meningkatkan produktivitas dan keberlanjutan usaha UMKM (Nugroho et al., 2024). Perbandingan kondisi sebelum dan setelah kegiatan dapat dilihat pada Tabel 2.

Tabel 2. Perbandingan Kondisi Sebelum dan Setelah Kegiatan

Indikator	Sebelum	Setelah
Perencanaan usaha	Belum tersedia	Sudah disusun secara sederhana
Pencatatan keuangan	Tidak dilakukan	Dilakukan secara rutin
Pemanfaatan media sosial	Terbatas	Digunakan sebagai media promosi
Pemahaman manajemen usaha	Rendah	Meningkat
Motivasi mengembangkan usaha	Rendah	Lebih tinggi

Untuk memberikan gambaran yang lebih jelas mengenai dampak pelaksanaan kegiatan pengabdian, dilakukan perbandingan kondisi peserta sebelum dan setelah mengikuti pelatihan. Perbandingan tersebut didasarkan pada hasil observasi selama kegiatan, diskusi interaktif, serta evaluasi terhadap pemahaman peserta pada aspek manajemen usaha, pengelolaan keuangan sederhana, pemanfaatan digital marketing, dan motivasi dalam mengembangkan usaha. Secara umum, terjadi peningkatan pemahaman dan kesiapan peserta dalam menerapkan materi yang telah diberikan. Visualisasi perbandingan tingkat pemahaman peserta sebelum dan setelah pelaksanaan kegiatan dilihat pada Gambar 3.



Gambar 3. Perbandingan Tingkat Pemahaman Peserta

3.4 Pembahasan

Peningkatan kemampuan peserta pada aspek manajemen usaha, pengelolaan keuangan, dan *digital marketing* menunjukkan bahwa pendekatan pelatihan berbasis praktik lebih efektif dibandingkan penyampaian materi secara ceramah. Keberhasilan tersebut dipengaruhi oleh karakteristik peserta yang sebagian besar merupakan pelaku usaha mikro dengan pengalaman belajar yang lebih mudah diperoleh melalui contoh nyata sesuai kondisi usaha mereka.

Hasil kegiatan ini sejalan dengan penelitian Daulay (2023) yang menunjukkan bahwa literasi keuangan dan pemanfaatan digital marketing berkontribusi terhadap peningkatan kinerja UMKM. Berbeda dengan penelitian tersebut yang mengkaji hubungan antarvariabel melalui pendekatan kuantitatif, kegiatan pengabdian ini menerapkan pelatihan dan pendampingan secara langsung dengan mengintegrasikan aspek manajemen usaha, pengelolaan keuangan sederhana, dan digital marketing sehingga peserta tidak hanya memperoleh pemahaman konseptual, tetapi juga keterampilan praktis dalam mengelola usaha. Hasil kegiatan ini juga sejalan dengan penelitian Akses et al (2024) yang menunjukkan bahwa akses keuangan dan literasi keuangan berperan dalam mendukung pertumbuhan UMKM. Pada kegiatan pengabdian ini, peningkatan kapasitas peserta dicapai melalui pendekatan pelatihan yang mengombinasikan ceramah interaktif, praktik langsung, dan pendampingan sehingga peserta tidak hanya memperoleh pemahaman konseptual, tetapi juga mampu menerapkan materi dalam pengelolaan usaha sehari-hari. Selain itu hasil kegiatan ini juga mendukung penelitian Ratten (2022) yang menyatakan bahwa transformasi digital dan peningkatan kapasitas kewirausahaan merupakan faktor penting

dalam memperkuat daya saing UMKM di era ekonomi digital. Pendampingan yang dilakukan secara berkelanjutan akan mempercepat adopsi inovasi dan meningkatkan keberhasilan pengembangan usaha.

Keberhasilan kegiatan tidak hanya dipengaruhi oleh metode pelatihan, tetapi juga karena materi disusun berdasarkan hasil identifikasi kebutuhan mitra sebelum kegiatan dilaksanakan. Sebagian besar peserta merupakan pelaku usaha mikro yang belum pernah memperoleh pelatihan serupa sehingga materi mengenai perencanaan usaha, pencatatan keuangan, dan pemasaran digital merupakan kebutuhan yang sangat relevan dengan kondisi usaha mereka. Pendekatan berbasis kebutuhan tersebut membuat peserta lebih mudah menghubungkan materi dengan permasalahan nyata yang mereka hadapi sehingga proses adopsi pengetahuan berlangsung lebih cepat. Tingkat pemahaman sebesar 85% pada aspek manajemen usaha menunjukkan bahwa materi mengenai perencanaan usaha relatif lebih mudah dipahami karena berkaitan langsung dengan aktivitas peserta sehari-hari. Sebaliknya, capaian digital marketing sebesar 78% merupakan nilai terendah di antara ketiga indikator. Hal tersebut mengindikasikan bahwa adopsi teknologi digital masih menjadi tantangan sehingga diperlukan pendampingan lanjutan agar peserta mampu mengimplementasikan strategi pemasaran digital secara lebih optimal.

4. KESIMPULAN

Kegiatan Pengabdian kepada Masyarakat yang dilaksanakan di Desa Sei Silau Timur, Kecamatan Buntu Pane, Kabupaten Asahan berhasil mencapai tujuan utama, yaitu meningkatkan kapasitas pelaku UMKM dalam aspek manajemen usaha, pengelolaan keuangan sederhana, dan pemanfaatan digital marketing melalui pendekatan pelatihan partisipatif yang dipadukan dengan praktik langsung dan pendampingan. Kegiatan yang diikuti oleh 50 pelaku UMKM menunjukkan capaian yang terukur berdasarkan hasil evaluasi, yaitu tingkat pemahaman peserta mencapai 85% pada aspek manajemen usaha, 80% pada aspek pengelolaan keuangan sederhana, dan 78% pada aspek digital marketing. Selain peningkatan pemahaman, peserta juga mampu menyusun perencanaan usaha sederhana, melakukan pencatatan transaksi secara lebih sistematis, serta mulai memanfaatkan media sosial sebagai sarana promosi produk. Hasil tersebut menunjukkan bahwa pendekatan pelatihan yang mengintegrasikan tiga aspek utama mampu memberikan solusi yang lebih komprehensif dibandingkan pelatihan yang hanya berfokus pada satu bidang. Kegiatan ini memberikan kontribusi nyata terhadap pemberdayaan masyarakat melalui peningkatan kapasitas pengelolaan usaha yang diharapkan berdampak pada peningkatan produktivitas, daya saing, dan keberlanjutan UMKM di tingkat desa. Dari sisi akademik, kegiatan ini memperkuat model pengabdian berbasis kebutuhan (*need-based community empowerment*) yang mengintegrasikan manajemen usaha, literasi keuangan, dan transformasi digital sebagai satu kesatuan dalam pengembangan UMKM pedesaan. Model tersebut dapat menjadi alternatif bagi perguruan tinggi dalam merancang program pengabdian yang lebih aplikatif, terukur, dan sesuai dengan karakteristik masyarakat. Meskipun demikian, pelaksanaan kegiatan masih memiliki keterbatasan, terutama pada durasi pendampingan yang relatif singkat sehingga implementasi materi belum dapat dipantau secara berkelanjutan. Oleh karena itu, diperlukan program keberlanjutan (*sustainability plan*) melalui kolaborasi antara perguruan tinggi, pemerintah desa, Dinas Koperasi dan UMKM, serta pemangku kepentingan lainnya. Program lanjutan dapat diarahkan pada pendampingan berkala mengenai *digital marketing* berbasis *marketplace*, penyusunan laporan keuangan menggunakan aplikasi digital, pengembangan *branding* dan kemasan produk, *digital payment*, legalitas usaha, serta perluasan akses pembiayaan dan jejaring pemasaran. Selain itu, pemerintah desa diharapkan dapat mengintegrasikan program pendampingan UMKM ke dalam agenda pemberdayaan ekonomi desa sehingga proses pembinaan berlangsung secara berkesinambungan. Dengan demikian, hasil pengabdian ini tidak hanya meningkatkan kompetensi peserta dalam jangka pendek, tetapi juga menjadi fondasi bagi pengembangan UMKM yang lebih mandiri, adaptif terhadap transformasi digital, dan mampu memberikan kontribusi terhadap pertumbuhan ekonomi masyarakat desa secara berkelanjutan.

DAFTAR PUSTAKA

- Agustini, R., & Suwena, K. R. (2024). Pengaruh Pengelolaan Keuangan, Digitalisasi Bisnis, Dan Entrepreneurial Marketing Terhadap Keberlanjutan Usaha Ukm Sektor Perdagangan Di Kecamatan Buleleng. *Ekuitas: Jurnal Pendidikan Ekonomi*, 12(1), 145–157.
- Akses, P., Dan, K., Ukm, P., Literasi, D., & Variabel, K. S. (2024). Pengaruh Akses Keuangan Dan Digital Marketing Terhadap Pertumbuhan Ukm Dengan Literasi Moderating. 9(204), 1779–1805.
- Aliyil, P. De, Kemuning, R., Adwaa, H., Safrina, S., Putri, M., & Atasa, D. (2025). Pemberdayaan Usaha Mikro, Kecil, Dan Menengah (Ukm) Melalui Pemanfaatan Digital Marketing Untuk Meningkatkan Perekonomian Masyarakat Di Desa Kemiri, Kecamatan Puspo, Kabupaten Pasuruan. *Segawati, Jurnal Pengabdian Kepada Masyarakat*, 9(3), 716–725.
- Andriani, W. S., Kartika, & Pangesti, R. D. A. (2023). Pengaruh Dana Bpum, Human Capital, Dan Digital Marketing Terhadap Kinerja Ukm (Studi Pada Usaha Mikro, Kecil, Dan Menengah Di Kabupaten Malang). *Jpro*, 4(2).
- Athia, I., Malang, U. I., Soetjipto, B. E., Malang, U. N., Efendi, E., & Malang, U. I. (2023). The Improvement Of Msmes' Business Performance During The Covid-19 Pandemic Through Financial And Digital Literacy. 12(1), 92–109.
- Cuevas-Vargas, H., Estrada, S., & Larios-Gómez, E. (2016). The Effects Of Icts As Innovation Facilitators For A Greater Business Performance. Evidence From Mexico. *Procedia - Procedia Computer Science*, 91, 47–56. <https://doi.org/10.1016/j.procs.2016.07.040>
- Daulay, U. D., Lubis, R., & Gautama, B. (2023). The Influence Of Fintech Usage And Financial Literacy On The Performance Of Msme With Digital. *International Journal Of Economics, Business And Accounting Research (Ijebar)*, 7(1), 184–194.
- Dwivedi, Y. K., Ismagilova, E., Hughes, D. L., Carlson, J., Filieri, R., Jacobson, J., Jain, V., Karjaluoto, H., Kefi, H., Krishen, A. S.,



- Kumar, V., Rahman, M. M., Raman, R., Rauschnabel, P. A., Rowle, J., Salo, J., Tran, G. A., & Wang, Y. (2021). Setting The Future Of Digital And Social Media Marketing Research: Perspectives And Research Propositions. *International Journal Of Information Management*.
- Farahiyah, Q., & Haryadi, B. (2024). *Pengaruh Financial Literacy , Financial Technology Dan Digital Marketing Terhadap Kinerja Usaha Umkm Pada Era Teknologi (Studi Kasus Pada Pelaku Umkm Di Kabupaten Gresik)*. 3(2), 1–17.
- Fatmawati, A., & Fauziah, S. (2025). Revolusi Digital Umkm Melalui Optimalisasi Digital Menu Di Swk Semolowaru. *Jurnal Studi Administrasi Bisnis*, 1(3), 908–915.
- Harahap, A. I., Harahap, D., & Cahyani, U. E. (2024). Pengaruh Akses Keuangan Dan Digital Marketing Terhadap Pertumbuhan Umkm Dengan Literasi Moderating. *Jurnal Masharif Al-Syariah: Jurnal Ekonomi Dan Perbankan Syariah*, 9(3), 1779–1805.
- Intan, M., Claudia, D., Simanjutak, Y., Nelsari, Y., & Sholihat, W. (2021). *International Journal Of Data And Network Science The Effect Of Digital Marketing And E-Commerce On Financial Performance And Business Sustaina- Bility Of Msmes During Covid-19 Pandemic In Indonesia*. 5, 275–282. <https://doi.org/10.5267/J.Ijdns.2021.6.006>
- Kapoor, K. K., Tamilmani, K., Rana, N. P., Patil, P., Dwivedi, Y. K., & Nerur, S. (2017). Advances In Social Media Research : Past , Present And Future. *Information Systems Frontiers*, 20, 531–558.
- Kusuma, M., & Gunawan, W. (2023). Pengaruh Strategi Bisnis Terhadap Kinerja Umkm Yang Dimediasi Oleh Teknologi Digital. *Jurnal Bisnis Dan Kajian Strategi Manajemen*, 7(2), 161–179.
- Nugroho, M., Kuwatno, & Saraya, S. (2024). Peran Mediasi Self Efficacy Dalam Penerapan Digital Marketing, Financial Literasi Dan Financial Inclusion Untuk Meningkatkan Business Performance Umkm. *Edunomika*, 08(04), 1–15.
- Paransa, R. P. J. (2024). Optimalisasi Pertumbuhan Umkm Di Indonesia Melalui Pemasaran Digital. *Efisiensi: Kajian Ilmu Adminstrasi*, 21(2), 164–181.
- Ratten, V. (2022). Digital Platforms And Transformational Entrepreneurship During The Covid-19 Crisis. *International Journal Of Information Management*, 72.
- Riyanti, B., Utomo, H., & Wiganingtyas, R. A. (2026). Peran Literasi Keuangan Dalam Memoderasi Hubungan Antara Modal Usaha Dan Digital Marketing Terhadap Kinerja. *Jurnal Akuntansi, Ekonomi Dan Manajemen Bisnis*, 6(1), 498–510.
- Sahrul, E. A., & Nuringsih, K. (2023). Peran E-Commerce , Media Sosial Dan Digital Transformation Untuk Peningkatan Kinerja Bisnis Umkm. *Jurnal Muara Ilmu Ekonomi Dan Bisnis*, 7(2), 286–299.
- Teng, X., & Wu, Z. (2022). *Research On The Relationship Between Digital Transformation And Performance Of Smes*. 1–17.
- Winarni, R., Wahyu, T. S., Jaya, U. A., Raspati, G., & Septiani. (2025). Integrasi Strategi Pemasaran Digital Dan Manajemen Keuangan : Studi Kasus Pada Umkm Di Indonesia. *Ebisnis (Jurnal Ilmiah Ekonomi Dan Bisnis)*, 18(2), 241–251.