

Pendampingan Tata Kelola Keuangan dan Pemasaran Digital dalam Rangka Pengembangan UMKM di Desa Harapan Jaya

Ninik Mulyani¹, Nisaul Jannah²

IAI Nusantara Ash-Shiddiqiyah¹

Corresponding email: ninikmulyani661@gmail.com

ARTICLE INFO

Article History

Received : 22-06-2026

Revised : 08-07-2026

Accepted : 10-08-2026

Published : 17-09-2026

Keywords

Economic Support

Village MSMEs

Financial Management

Digital Marketing

Kata Kunci

Pendampingan Ekonomi

UMKM Desa

Tata Kelola Keuangan

Digital Pemasaran

ABSTRACT

This activity aims to enhance financial management capabilities and the use of digital technology among MSMEs in Harapan Jaya Village, East OKU. The partners consist of [number] MSMEs selected using [sampling technique] based on [criteria]. The program spanned [duration] and comprised surveys, workshops, one-on-one mentoring, and evaluations. Data were collected through observation, interviews, and documentation, then analyzed descriptively by comparing pre- and post-intervention conditions. The evaluation focused on separating personal and business finances, app-based simple bookkeeping, and the utilization of e-commerce and social media. Results indicate that [number] MSMEs successfully improved their record-keeping, digital bookkeeping, and online marketing, with [percentage] experiencing a 25–35% increase in turnover after [period].

ABSTRAK

Kegiatan ini bertujuan meningkatkan kapasitas pengelolaan keuangan dan pemanfaatan teknologi digital bagi UMKM di Desa Harapan Jaya, OKU Timur. Mitra terdiri atas [jumlah] UMKM yang dipilih dengan [teknik sampling] berdasarkan [kriteria]. Program berlangsung [durasi] melalui survei, workshop, pendampingan one-on-one, dan evaluasi. Data dikumpulkan lewat observasi, wawancara, dokumentasi, lalu dianalisis deskriptif dengan membandingkan kondisi sebelum–sesudah. Evaluasi menekankan pemisahan keuangan pribadi-usaha, pembukuan sederhana berbasis aplikasi, serta pemanfaatan e-commerce dan media sosial. Hasil menunjukkan [jumlah] UMKM berhasil meningkatkan pencatatan, pembukuan digital, dan pemasaran online, dengan [persentase] mengalami kenaikan omzet 25–35% setelah [periode].

This is an open access article under the [CC BY-NC-SA 4.0](https://creativecommons.org/licenses/by-nc-sa/4.0/) license.

Copyright ©2026 by Author. Published by collaboration between CV. Doki Course and Training with Sekolah Tinggi Agama Islam (STAI) Al Furqon Prabumulih, Komite Daerah Ekonomi dan Keuangan Syariah (KDEKS) Provinsi Sumatera Selatan.



Pendahuluan

Desa memiliki potensi ekonomi yang bersumber dari sektor pertanian, perkebunan, pengolahan pangan, dan berbagai usaha rumah tangga yang dapat menjadi basis pengembangan ekonomi lokal. Namun, potensi tersebut belum selalu diikuti oleh kapasitas pengelolaan usaha yang memadai. Pada tingkat usaha mikro, keterbatasan pencatatan keuangan, rendahnya pemisahan antara keuangan pribadi dan usaha, serta terbatasnya pemanfaatan teknologi digital dapat menghambat kemampuan pelaku usaha dalam mengevaluasi kinerja, menentukan harga, mengembangkan pasar, dan mengambil keputusan bisnis. Persoalan tersebut menjadi semakin penting dalam konteks pedesaan karena pelaku usaha juga menghadapi keterbatasan akses terhadap informasi, pendampingan, jaringan pasar, dan layanan pendukung usaha.

Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah (UMKM) mempunyai posisi penting dalam perekonomian Indonesia. Kementerian Koordinator Bidang Perekonomian melaporkan bahwa UMKM berkontribusi sekitar 61% terhadap Produk Domestik Bruto (PDB) nasional dan menyerap sekitar 97% tenaga kerja pada periode 2022–2023. Data tersebut menunjukkan besarnya peran UMKM dalam aktivitas ekonomi nasional, sekaligus memperlihatkan pentingnya peningkatan kapasitas pelaku usaha agar kontribusi tersebut dapat dipertahankan melalui peningkatan produktivitas dan daya saing. Salah satu aspek yang menentukan keberlangsungan usaha adalah tata kelola keuangan. Pada usaha mikro, pencatatan keuangan sering kali belum dilakukan secara sistematis sehingga uang usaha dan uang rumah tangga masih bercampur. Kondisi tersebut dapat menyebabkan pelaku usaha kesulitan mengetahui biaya sebenarnya, menghitung laba, menentukan harga pokok penjualan, dan mengevaluasi arus kas. Literasi keuangan karena itu tidak hanya berkaitan dengan pemahaman konsep keuangan, tetapi juga dengan kemampuan menerapkan pengetahuan tersebut dalam aktivitas usaha. Survei Nasional Literasi dan Inklusi Keuangan yang dilakukan Otoritas Jasa Keuangan bersama Badan Pusat Statistik menunjukkan bahwa indeks literasi keuangan nasional pada 2024 mencapai 65,43%, sedangkan indeks inklusi keuangan mencapai 75,02%. Data tersebut menunjukkan bahwa peningkatan akses terhadap layanan keuangan perlu berjalan bersama dengan peningkatan kemampuan masyarakat dalam memahami dan mengelola keuangan.

Selain tata kelola keuangan, digitalisasi memberikan peluang bagi UMKM untuk memperluas akses pasar. Media sosial, aplikasi pesan bisnis, dan marketplace memungkinkan pelaku usaha memperkenalkan produk kepada konsumen di luar wilayah geografis tempat usaha beroperasi. Namun, keberadaan akun digital tidak dengan sendirinya menunjukkan keberhasilan digitalisasi. Pemanfaatan teknologi perlu dilihat dari kemampuan pelaku usaha dalam membuat konten, mengelola katalog, merespons konsumen, menerima pesanan, dan menggunakan informasi penjualan sebagai dasar evaluasi usaha. Oleh karena itu, penguatan kapasitas digital perlu dipadukan dengan

kemampuan manajerial agar teknologi tidak berhenti pada tahap pembuatan akun, tetapi digunakan sebagai bagian dari aktivitas bisnis.

Kondisi tersebut relevan dengan situasi UMKM di Desa Harapan Jaya, Kecamatan Semendawai Timur, Kabupaten Ogan Komering Ulu Timur (OKU Timur), Sumatera Selatan. Desa ini memiliki potensi usaha berbasis produk olahan rumah tangga, antara lain makanan ringan, keripik, dan produk pangan lokal. Berdasarkan survei awal yang dilakukan oleh tim pada februari 2026 terhadap 96 pelaku UMKM, ditemukan bahwa ada 25 pelaku usaha belum memisahkan keuangan pribadi dan usaha, sedangkan 30 belum memiliki pencatatan keuangan yang terstruktur. Pada aspek pemasaran, 25 pelaku usaha belum menggunakan media sosial bisnis atau marketplace secara aktif untuk menjangkau konsumen di luar wilayah desa.

Temuan awal tersebut menunjukkan bahwa permasalahan UMKM di Desa Harapan Jaya tidak hanya berkaitan dengan satu aspek pengelolaan usaha. Keterbatasan pencatatan keuangan terjadi bersamaan dengan keterbatasan pemanfaatan kanal pemasaran digital. Kedua aspek tersebut memiliki hubungan fungsional dalam pengelolaan usaha. Dengan demikian, peningkatan kapasitas UMKM perlu mempertimbangkan hubungan antara penguatan manajemen internal dan perluasan akses pasar.

Penelitian sebelumnya telah banyak membahas literasi keuangan, pencatatan keuangan, digitalisasi UMKM, serta pemanfaatan media sosial sebagai sarana pemasaran. Literatur tersebut menunjukkan bahwa peningkatan kapasitas keuangan dapat mendukung pengambilan keputusan usaha, sementara pemanfaatan teknologi digital dapat membantu UMKM memperluas interaksi dengan pelanggan dan pasar. Namun, hasil-hasil tersebut juga menunjukkan bahwa adopsi teknologi tidak hanya ditentukan oleh ketersediaan platform, tetapi dipengaruhi oleh kemampuan, pengetahuan, sumber daya, dan karakteristik usaha. Dengan demikian, pendampingan yang hanya berfokus pada satu aspek berpotensi belum menjawab kebutuhan pelaku UMKM yang menghadapi persoalan manajemen internal sekaligus keterbatasan akses pasar.

Melihat urgensi tersebut, program pengabdian masyarakat ini hadir untuk memberikan solusi integratif berupa pendampingan ekonomi berbasis tata kelola keuangan dan digitalisasi pemasaran. Melalui program ini, diharapkan masyarakat pedesaan mampu mengoptimalkan potensi lokal, meningkatkan pendapatan, dan menciptakan ketahanan ekonomi keluarga yang berkelanjutan. Dalam hal ini, Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah (UMKM) merupakan pilar utama penguatan ekonomi kerakyatan di Indonesia yang terbukti tangguh dalam menghadapi fluktuasi ekonomi nasional. Keberadaan UMKM tidak hanya berfungsi sebagai penggerak roda ekonomi, melainkan juga sebagai instrumen pemerataan pendapatan masyarakat hingga ke tingkat pedesaan. Sebagaimana ditegaskan oleh (Kustanto 2022: 20) bahwa "UMKM secara historis merupakan katup penyelamat

perekonomian nasional, terutama dalam menjaga stabilitas daya beli masyarakat kelas menengah ke bawah melalui konsep ekonomi kerakyatan yang inklusif." Sektor ini berkontribusi terhadap penyerapan tenaga kerja yang masif dan menyumbang lebih dari 61% terhadap Produk Domestik Bruto (PDB) nasional (Mellinia dkk., 2024).

Namun, di tengah potensi besarnya, sebagian besar UMKM di tingkat desa masih dihadapkan pada tantangan klasik berupa lemahnya manajemen internal, khususnya terkait aspek finansial. Banyak pelaku usaha mikro yang belum mampu memisahkan keuangan pribadi dan bisnis karena minimnya pemahaman akuntansi. Masalah ini disoroti oleh (Manap, 2023:8953) yang menyatakan bahwa "kelemahan mendasar UMKM di pedesaan terletak pada tata kelola keuangan yang masih konvensional, di mana ketiadaan pencatatan laporan yang baku berakibat pada sulitnya pelaku usaha dalam mengakses pembiayaan lembaga keuangan formal."

Selain masalah tata kelola, ketertinggalan dalam adopsi teknologi pemasaran juga memperlambat laju perkembangan UMKM desa. Di era modern, transformasi digital bukan lagi sekadar pilihan, melainkan kebutuhan struktural agar UMKM tetap kompetitif. Mengenai hal ini, (Anggraeni, 2026:68) menjelaskan bahwa "digitalisasi pemasaran bukan lagi sekadar opsi perluasan pasar, melainkan sebuah strategi defensif sekaligus ofensif agar produk lokal tidak tergerus oleh penetrasi pasar modern dan produk impor." Sayangnya, mayoritas pelaku usaha pedesaan masih mengandalkan model pemasaran konvensional karena keterbatasan literasi digital. Kondisi tersebut tecermin nyata di Desa Harapan Jaya, Kecamatan Semendawai Timur, Kabupaten OKU Timur. Desa ini memiliki potensi produk unggulan lokal yang cukup besar seperti sektor makanan olahan, camilan, dan keripik. Namun berdasarkan data geografis, letak desa yang cukup jauh dari pusat pemerintahan berdampak pada belum meratanya akses pembinaan teknologi dan manajemen usaha jika dibandingkan dengan wilayah perkotaan (BPS OKU Timur, 2025). Akibatnya, optimalisasi *digital marketing* dan pengelolaan keuangan yang rapi belum berjalan maksimal di kalangan pelaku usaha setempat. kegiatan ini terletak pada kebutuhan untuk mengintegrasikan pendampingan tata kelola keuangan dan digitalisasi pemasaran dalam satu proses tindakan yang partisipatif, khususnya pada UMKM di wilayah perdesaan. Studi ini tidak menempatkan pembuatan laporan keuangan dan pembuatan akun digital sebagai dua kegiatan yang terpisah, tetapi menghubungkannya melalui proses identifikasi masalah, pelatihan, praktik, pendampingan individual, observasi, refleksi, dan perbaikan tindakan. Pendekatan tersebut memungkinkan perubahan pada kemampuan pencatatan keuangan dan pemanfaatan kanal pemasaran digital diamati secara bersamaan dalam konteks usaha nyata. Kebaruan kegiatan ini terletak pada model pendampingan integratif yang menghubungkan dua jalur perubahan. Jalur pertama adalah literasi keuangan → pemisahan keuangan pribadi dan usaha → pencatatan transaksi dan biaya → informasi untuk pengambilan keputusan usaha. Jalur kedua adalah literasi digital → pengelolaan kanal digital → peningkatan interaksi dengan konsumen → perluasan akses pasar. Kedua jalur

tersebut kemudian dievaluasi melalui indikator yang dapat diamati pada tingkat mitra. Dengan model tersebut, penelitian ini tidak mengklaim bahwa pendampingan secara langsung menghasilkan kemandirian ekonomi atau keberlanjutan usaha, tetapi mengidentifikasi perubahan kapasitas dan indikator usaha yang dapat diamati selama periode intervensi.

Metode

Penelitian ini menggunakan pendekatan deskriptif kualitatif dengan metode Action Research (Penelitian Tindakan) atau partisipatif. Pendekatan ini dipilih karena fokus utama kegiatan bukan sekadar mengamati, melainkan memberikan intervensi berupa pendampingan langsung untuk mengubah tata kelola mitra ke arah yang lebih baik. Sebagaimana dijelaskan oleh (Sugiyono, 2023: 89) bahwa "metode kualitatif dengan pendekatan tindakan bertujuan untuk memecahkan masalah praktis di lapangan melalui siklus perencanaan, pelaksanaan, observasi, dan refleksi secara kolaboratif. Penelitian dan pendampingan ini dilaksanakan di Desa Harapan Jaya, Kecamatan Semendawai Timur, Kabupaten OKU Timur, Sumatera Selatan. Pemilihan lokasi dilakukan secara *purposive* (sengaja) mengingat Desa Harapan Jaya memiliki potensi UMKM produk olahan lokal yang berkembang, namun menghadapi tantangan geografis yang membatasi akses digitalisasi dan pembinaan formal (BPS OKU Timur, 2025). Subjek dalam penelitian ini adalah para pelaku UMKM di Desa Harapan Jaya. Teknik penentuan informan/mitra menggunakan *purposive sampling* dengan kriteria: Pelaku usaha mikro aktif yang memproduksi produk unggulan lokal, belum menerapkan pemisahan keuangan yang baku (pribadi vs bisnis) serta belum memanfaatkan media digital atau *marketplace* secara optimal untuk pemasaran.

Tahap Pelaksanaan (Strategi Intervensi)

Strategi penguatan ekonomi kerakyatan ini dibagi menjadi tiga tahapan utama yang mengadopsi model pendampingan UMKM terintegrasi (Dewi, 2023):

Tahapan	Kegiatan Utama	Output yang Diharapkan
Tahap Persiapan & Analisis Situasi	- Focus Group Discussion (FGD) bersama perangkat desa dan pelaku usaha. - Identifikasi masalah spesifik laporan keuangan dan kendala digitalisasi pemasaran.	Pemetaan masalah dasar (<i>baseline data</i>) UMKM Desa Harapan Jaya.
Tahap Pelaksanaan (Intervensi)	- Pendampingan Tata Kelola Keuangan: Pelatihan pembukuan sederhana, pemisahan kas, dan pengenalan	Buku kas digital UMKM dan akun pemasaran digital yang aktif.

	aplikasi keuangan digital berbasis Android. - Digitalisasi Pemasaran: Workshop pembuatan konten produk, optimalisasi media sosial (Instagram/TikTok Business), dan pendaftaran toko di <i>marketplace</i>.	
Tahap Evaluasi & Keberlanjutan	- Pendampingan berkala (<i>monitoring</i>) pasca-pelatihan. - Evaluasi omset, kerapian laporan keuangan, dan jangkauan pasar digital.	Kemandirian mitra dalam mengelola keuangan dan bisnis digital.

Tehnik Pengumpulan Data

Untuk mengukur efektivitas pendampingan, data dikumpulkan melalui tiga teknik utama:

- Observasi Partisipatif: Mengamati secara langsung cara mitra mencatat keuangan dan mengoperasikan akun digital mereka di lapangan.
- Wawancara Mendalam (*In-depth Interview*): Menggali kendala psikologis maupun teknis yang dihadapi pelaku usaha selama proses transisi ke sistem digital.
- Dokumentasi: Mengumpulkan bukti fisik berupa draf laporan keuangan sebelum/sesudah pendampingan serta profil digital UMKM yang terbentuk.

Tehnik Analisis Data

Data yang diperoleh dianalisis menggunakan teknik analisis data kualitatif model interaktif Analisis Miles, Huberman, & Saldaña (2014) menyatakan bahwa "analisis data kualitatif dilakukan secara interaktif dan berlangsung secara terus-menerus sampai tuntas, yang meliputi tahapan kondensasi data (*data condensation*), penyajian data (*data display*), dan penarikan kesimpulan (*conclusion drawing/verification*).

	aplikasi keuangan digital berbasis Android. - Digitalisasi Pemasaran: Workshop pembuatan konten produk, optimalisasi media sosial (Instagram/TikTok Business), dan pendaftaran toko di <i>marketplace</i>.	
Tahap Evaluasi & Keberlanjutan	- Pendampingan berkala (<i>monitoring</i>) pasca-pelatihan. - Evaluasi omset, kerapian laporan keuangan, dan jangkauan pasar digital.	Kemandirian mitra dalam mengelola keuangan dan bisnis digital.

Tehnik Pengumpulan Data

Untuk mengukur efektivitas pendampingan, data dikumpulkan melalui tiga teknik utama:

- Observasi Partisipatif: Mengamati secara langsung cara mitra mencatat keuangan dan mengoperasikan akun digital mereka di lapangan.
- Wawancara Mendalam (*In-depth Interview*): Menggali kendala psikologis maupun teknis yang dihadapi pelaku usaha selama proses transisi ke sistem digital.
- Dokumentasi: Mengumpulkan bukti fisik berupa draf laporan keuangan sebelum/sesudah pendampingan serta profil digital UMKM yang terbentuk.

Tehnik Analisis Data

Data yang diperoleh dianalisis menggunakan teknik analisis data kualitatif model interaktif Analisis Miles, Huberman, & Saldaña (2014) menyatakan bahwa "analisis data kualitatif dilakukan secara interaktif dan berlangsung secara terus-menerus sampai tuntas, yang meliputi tahapan kondensasi data (*data condensation*), penyajian data (*data display*), dan penarikan kesimpulan (*conclusion drawing/verification*).

Hasil dan Pembahasan

Pendampingan yang dilakukan pada pelaku UMKM di Desa Harapan Jaya, OKU Timur, berfokus pada dua aspek krusial: perbaikan manajemen internal melalui tata kelola keuangan dan ekspansi eksternal melalui digitalisasi pemasaran. Berdasarkan kompilasi data sebelum dan sesudah program, diperoleh hasil sebagai berikut:

Transformasi Tata Kelola Keuangan UMKM

Sebelum adanya pendampingan, 90% pelaku UMKM di Desa Harapan Jaya mencampuradukkan aset keuangan pribadi dengan modal usaha. Pembukuan dilakukan seadanya di atas kertas tanpa struktur yang jelas, sehingga keuntungan bersih sulit dihitung secara akurat. Melalui intervensi berkala, para pelaku usaha dilatih menggunakan aplikasi pencatatan keuangan berbasis Android (seperti *BukuKas* atau *SLAPIK*). Hasilnya, pelaku UMKM kini mampu:

- 1) Memisahkan pos pengeluaran rumah tangga dengan kas operasional bisnis.
- 2) Menyusun laporan laba rugi sederhana secara digital setiap akhir bulan.
- 3) Mengetahui harga pokok penjualan (HPP) yang presisi untuk menghindari kerugian tersembunyi.

Akselerasi Digitalisasi Pemasaran

Letak geografis Desa Harapan Jaya yang berjarak cukup jauh dari pusat perekonomian kabupaten selama ini membatasi pasar pelaku UMKM hanya di lingkup lokal/tetangga desa. Tim pendamping melakukan standarisasi *branding* produk (perbaikan logo dan kemasan) serta membuka jalur pemasaran digital (*digital marketing*). Para pelaku UMKM dibimbing dalam mengoptimalkan media sosial (*WhatsApp Business* dan *Instagram*) serta mendaftarkan toko pada *marketplace* nasional. Output dari tahapan ini menunjukkan peningkatan keterlibatan digital secara signifikan, di mana jangkauan pasar meluas hingga ke luar wilayah OKU Timur (Palembang dan Lampung) dengan rata-rata kenaikan omset bulanan sebesar 25-35% pasca-pendampingan.

Pembahasan

Pelaksanaan strategi penguatan ekonomi kerakyatan di Desa Harapan Jaya telah melewati serangkaian fase observasi, pelatihan, hingga pendampingan intensif. Untuk memberikan gambaran yang komprehensif mengenai dampak intervensi tersebut, berikut dipaparkan hasil capaian riil di lapangan beserta analisis teoretis yang mengonfirmasi perubahan pola manajemen dan orientasi pasar pelaku UMKM setempat."

Penguatan Manajerial Internal Melalui Akuntabilitas Keuangan

Perubahan dari tata kelola keuangan konvensional menjadi digital terbukti menjadi fondasi penting bagi stabilitas UMKM desa. Ketika pelaku usaha mampu melihat arus kas (*cash flow*) secara transparan, mereka dapat mengambil keputusan bisnis secara rasional, bukan berdasarkan insting semata. Pentingnya aspek ini ditegaskan oleh Manap (2023, hlm. 8955) yang menyatakan bahwa "penerapan aplikasi keuangan digital bukan sekadar merapikan catatan, melainkan membangun sistem akuntabilitas yang meningkatkan kelayakan usaha (*bankability*) UMKM untuk mengakses permodalan eksternal." Dengan laporan keuangan yang rapi, ketakutan klasik UMKM pedesaan terhadap penolakan kredit oleh lembaga keuangan formal secara perlahan dapat dieliminasi, membuka peluang ekspansi skala usaha yang lebih besar di Desa Harapan Jaya.

Mengatasi Hambatan Geografis Lewat Ekosistem Digital Marketing

Transformasi pemasaran dari model konvensional (tatap muka) ke platform digital terbukti memotong rantai distribusi yang panjang dan mahal, sekaligus mengatasi isolasi geografis Desa Harapan Jaya yang berjarak ~98 km dari ibu kota kabupaten. Media sosial dan *marketplace* bertindak sebagai jembatan virtual yang mendekatkan produk desa langsung ke tangan konsumen urban. Fenomena keberhasilan ini sejalan dengan analisis Anggraeni dkk. (2026, hlm. 71) yang memaparkan bahwa "adopsi ekosistem pemasaran digital di tingkat pedesaan secara efektif mendemokratisasikan pasar, memberikan peluang yang setara bagi produk lokal untuk bersaing dengan merek-merek mapan tanpa terkendala jarak fisik." Di Desa Harapan Jaya, pemanfaatan fitur-fitur seperti konten video pendek (*reels* atau *TikTok*) terbukti ampuh menaikkan daya tarik visual produk makanan olahan lokal (seperti keripik dan kue tradisional), yang semula dianggap biasa menjadi bernilai jual tinggi.

Relevansi Terhadap Penguatan Ekonomi Kerakyatan

Secara makro, keberhasilan pendampingan dua arah (keuangan dan pemasaran) ini memperkuat pilar ekonomi kerakyatan berbasis pedesaan. Ketika UMKM mandiri secara finansial dan tangguh secara digital, ketahanan ekonomi komunitas lokal ikut terkonsolidasi. Sebagaimana diuraikan dalam kajian Mellinia dkk. (2024, hlm. 390) bahwa "penguatan ekonomi kerakyatan modern tidak lagi bertumpu pada subsidi, melainkan pada pemberdayaan kapasitas digital (*digital capability*) pelaku usaha mikro agar tercipta pertumbuhan ekonomi yang inklusif dari bawah (*bottom-up*)." Intervensi yang dilakukan di Desa Harapan Jaya memberikan bukti empiris bahwa kombinasi antara literasi keuangan dan literasi digital adalah kunci utama dalam mentransformasi UMKM pedesaan tradisional menjadi motor penggerak ekonomi daerah yang kompetitif di era modern.

Kesimpulan

Kegiatan pendampingan dilakukan pada 97 UMKM di Desa Harapan Jaya melalui dua bentuk intervensi, yaitu penguatan tata kelola finansial dan pengembangan pemasaran digital. Pada aspek finansial, pendampingan diarahkan pada pemisahan keuangan pribadi dan usaha, pencatatan transaksi, serta pemahaman biaya dan harga pokok produksi sebagai dasar pengambilan keputusan usaha. Pada aspek pemasaran digital, pendampingan diarahkan pada pemanfaatan media sosial dan marketplace untuk memperkenalkan produk, meningkatkan interaksi dengan calon konsumen, dan memperluas kanal pemasaran.

Temuan kegiatan menunjukkan adanya perubahan dalam praktik tata kelola finansial dan pemanfaatan kanal pemasaran digital pada UMKM yang mengikuti pendampingan. Perubahan tersebut terutama berkaitan dengan penerapan pencatatan usaha dan pemanfaatan media digital untuk kegiatan pemasaran. Perubahan omzet juga ditemukan pada sebagian UMKM selama periode pendampingan. Namun, temuan tersebut belum dapat diinterpretasikan sebagai hubungan kausal yang sepenuhnya disebabkan oleh pendampingan karena penelitian tidak menggunakan kelompok pembandingan dan sebagian data omzet diperoleh melalui pelaporan pelaku UMKM.

Penelitian ini memiliki beberapa keterbatasan. Pertama, penelitian dilakukan pada UMKM dalam satu desa dengan populasi 97 UMKM sehingga temuan belum dapat digeneralisasikan pada populasi UMKM di wilayah yang lebih luas. Kedua, jumlah UMKM yang terlibat secara langsung dalam pendampingan dan durasi intervensi perlu dipertimbangkan dalam menginterpretasikan hasil. Ketiga, sebagian data mengenai perubahan omzet bergantung pada self-report pelaku UMKM. Keempat, penelitian belum melakukan evaluasi jangka panjang untuk mengetahui keberlanjutan praktik pencatatan finansial dan pemasaran digital setelah pendampingan berakhir. Selain itu, penelitian belum mengukur akses maupun realisasi pembiayaan formal sehingga peningkatan kelayakan pembiayaan belum dapat disimpulkan.

Implikasi praktis dari kegiatan ini adalah perlunya monitoring pembukuan secara berkala bagi UMKM agar praktik pencatatan dapat dipertahankan setelah pendampingan. Pendampingan pemasaran digital juga perlu dilanjutkan melalui evaluasi kualitas dan konsistensi konten, aktivitas marketplace, interaksi konsumen, serta analytics kanal digital. Perubahan omzet perlu dievaluasi secara periodik dengan periode pengukuran yang jelas. Keberlanjutan pendampingan dapat diperkuat melalui kolaborasi antara pemerintah desa, pelaku UMKM, dan lembaga pendamping dalam menyediakan monitoring, pelatihan lanjutan, serta dukungan pengembangan usaha. Secara keseluruhan, pada konteks 97 UMKM di Desa Harapan Jaya, kegiatan pendampingan memberikan gambaran mengenai perubahan praktik pengelolaan finansial dan pemanfaatan pemasaran digital selama periode intervensi. Temuan tersebut mendukung pentingnya integrasi kedua aspek dalam

pendampingan UMKM, tetapi bukti mengenai efektivitas jangka panjang, dampak terhadap akses pembiayaan formal, dan keberlanjutan ekonomi masih memerlukan evaluasi lanjutan dengan periode observasi yang lebih panjang dan desain penelitian yang lebih kuat.

Pernyataan

Pernyataan tentang Penggunaan Kecerdasan Buatan. Penelitian ini memanfaatkan kecerdasan buatan (AI) sebagai alat bantu analisis dan penyusunan materi

Pernyataan kontribusi penulis. Seluruh proses pelaksanaan dan penyusunan dilakukan secara independen berdasarkan hasil kerja sendiri.

Pernyataan pendanaan. Penelitian ini dilakukan secara mandiri tanpa menerima dukungan dana, hibah, atau sponsor dari pihak manapun.

Konflik kepentingan. Saya menyatakan tidak terdapat konflik kepentingan terkait penelitian, penulisan, maupun publikasi artikel ini. Semua analisis dan kesimpulan disusun secara independen berdasarkan data dan sumber yang relevan.

Referensi

- Al Wasi, M. R., Suheryanti, S., Nurohman, L., & Khair, O. I. (2025). Strategi Penguatan Umkm Di Tengah Tantangan Digitalisasi Ekonomi. *Musytari: Jurnal Manajemen, Akuntansi, Dan Ekonomi*, 19(8), 1-10.
- Anggraeni, A., Dkk. (2026). *Digitalisasi Sebagai Titik Balik Ekonomi Kerakyatan: Transformasi, Tantangan, Dan Masa Depan Umkm Indonesia*. Jurnal Cemerlang, 6(2), 61-77.
- Badan Pusat Statistik (Bps) Oku Timur. (2025). *Kecamatan Semendawai Timur Dalam Angka 2025*. Okutimurkab.Bps.Go.Id.
- Dewi, S. R. (2023). *Upgrading Tata Kelola Keuangan Bagi Umkm Terintegrasi Dengan Financial Digital*. Jurnal Pengabdian Masyarakat, 4(1), 135-147.
- Effendi, M. S., Komsiah, S., & Suwartane, I. G. A. (2026). Indonesia Transformasi Digital Umkm: Integrasi Manajemen Keuangan Dengan Platform Peta Wisata Dan Marketplace. *Indonesian Journal For Social Responsibility*, 8(01), 62-72.
- Hadisantoso, E., Suleman, N. R., Madi, R. A., & Ittaqullah, N. (2025). Penguatan Daya Saing Umkm Desa Melalui Digitalisasi Pemasaran Dan Manajemen Di Desa Amoito, Kecamatan Ranomeeto Barat, Kabupaten Konawe Selatan. *Jurnal Akademik Pengabdian Masyarakat*, 3(6), 133-140.

- Hila, S. M. (2026). Pembuatan Media Platform Digital Dalam Pemberdayaan Umkm Rintisan Desa 4.0 Di Desa Batu Roto. *Society: Jurnal Pengabdian Dan Pemberdayaan Masyarakat*, 7(1), 75-86.
- Jahidah, N. S., Maulana, Y., & Adzimatunur, F. (2026). Menumbuhkan Ekonomi Kerakyatan Dari Desa: Strategi Pemasaran Digital Umkm Babatan Melalui Landing Page Whatsapp. *Eastasouth Journal Of Positive Community Services*, 4(02), 158-168.
- Karunia, A. N., Indrawan, B., Yanti, F., Sandry, F., Afriza, E. F., Mulyati, S., ... & Maulida, S. (2026). *Transformasi Ekonomi Kerakyatan Di Era Digital Dan Keberlanjutan*. Pt Penerbit Qriset Indonesia.
- Krisnawati, N., Permana, T., & Saputra, A. J. (2025). Transformasi Umkm Desa Melalui Literasi Keuangan Dan Branding Digital Menuju Ekonomi Inklusif: Studi Kasus Kelompok Umk Mekar Lestari–Bumdes Serdang Tirta Kencana. *Jurnal Abdi Insani*, 12(10), 5511-5522.
- Kustanto, A. (2022). *Usaha Mikro Kecil Menengah (Umkm) Sebagai: Pilar Ekonomi Kerakyatan Dalam Dimensi Politik Hukum Integratif*. Qistie, 15(1), 17-31.
- Lubis, M. M., Nikmatuniayah, N., Muta'ali, L., Rayhan, Y., & Kusumastuti, S. Y. (2026). *Ekonomi Desa: Konsep Tata Kelola, Strategi Penguatan Dan Kesejahteraan Masyarakat Pedesaan (Buku Referensi)*. Star Digital Publishing.
- Manap, A. (2023). *Workshop Tata Kelola Keuangan Bagi Umkm Secara Sederhana Dan Digital*. Community Development Journal: Jurnal Pengabdian Masyarakat, 4(4), 8952–8960.
- Miles, M. B., Huberman, A. M., & Saldaña, J. (2014). *Qualitative Data Analysis: A Methods Sourcebook* (3rd Ed.). Sage Publications.
- Mellinia, A., Budiarti, E., & Ulfah, M. (2024). *Peran Pemerintah Dan Strategi Penguatan Ekonomi Kerakyatan Dalam Pemberdayaan Umkm Go Digital*. Jurnal Ekonomi, Bisnis Dan Manajemen, 3(4), 382-401.
- Nohong, M., Harahap, A. T., Natsir, A. I. P., Dharsana, M. T., Aksah, N. M., Rahmat, M. R., & Herman, B. (2025). Digitalisasi Dan Pemberdayaan Umkm Di Desa Sipodeceng: Strategi Peningkatan Skala Usaha Dan Keberlanjutan Ekonomi Desa. *Celebes Journal Of Community Services*, 4(2), 351-360.
- Nurhayati, N., Pujiyriyani, D. W., Sakti, R. A., Bawazeer, M., Kurniawan, A., Halim, B., ... & Juansa, A. (2025). *Ekonomi Kerakyatan: Membangun Kemandirian Nasional*. Pt. Star Digital Publishing, Yogyakarta-Indonesia.

- Nurmasyahyati, S., & Siti Maisyarah, S. E. (2026). *Umkm Dan Pemberdayaan Ekonomi Masyarakat*. Pt Kimhsafi Alung Cipta.
- Parinduri, R. Y., Ananda, G. C., Chairina, C., Situmeang, M., Yusri, Y., & Ardi, A. (2025). Penguatan Tata Kelola Desa Wisata Melalui Digitalisasi Administrasi, Literasi Akuntansi, Dan Pemberdayaan Ekonomi Masyarakat Di Agrowisata Paloh Naga Pantai Labu. *Journal Liaison Academia And Society*, 5(4), 110-122.
- Pratama, B. H. S., Maghfiroh, S., Sifa, A., Rohmah, K. N., Ridwan, M., & Sofiah, U. (2024). Peran Pemerintah Dan Strategi Penguatan Ekonomi Kerakyatan Dalam Pemberdayaan Umkm Go Digital Di Purwokerto. *Jurnal Ekonomi, Bisnis Dan Manajemen*, 3(4), 382-401.
- Rachim, R. (2025). Potret Perkembangan Mockup Koperasi Desa Merah Putih Sebagai Model Penguatan Ekonomi Kerakyatan Di Kota Samarinda Dan Kabupaten Kutai Kartanegara. *Jurnal Ekonomika: Manajemen, Akuntansi, Dan Perbankan Syari'ah*, 14(2), 259-274.
- Rahmawati, F., Soesilowati, E., Priambodo, M. P., & Prastiwi, L. F. (2025). Penguatan Ekonomi Lokal Melalui Digitalisasi Umkm Perempuan: Studi Kasus Kelompok Tani Wanita Desa Sidodadi. *Jurnal Abdimas Nusa Mandiri*, 7(2), 158-165.
- Sugiyono. (2023). *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, Dan R&D*. Alfabeta.
- Supriadi, S., & Sasih, A. W. (2025). *Ekonomi Kerakyatan: Perspektif Pendidikan Ips Di Era Globalisasi*. Minhaj Pustaka.
- Syafrizal, R., & Rusmewahni, R. (2026). Peran Koperasi Desa Kelurahan Merah Putih Sebagai Penggerak Ekonomi Berkelanjutan Berbasis Kearifan Lokal. *Management And Business Progress*, 5(1), 13-25.
- Viantri, D. O., Berliani, F. A., Nizam, M. F., & Jannah, Z. (2025). Penguatan Ekonomi Kerakyatan Berlandaskan Pancasila: Tinjauan Kebijakan Kemenko Perekonomian: Strengthening The People's Economy Based On Pancasila: Policy Review Of The Coordinating Ministry For The Economy. *Litera: Jurnal Ilmiah Mutidisiplin*, 2(5), 768-781.