

Optimalisasi Umkm Melalui Digital Marketing Dan Penyusunan Laporan Keuangan Di Desa Pagersari Kecamatan Kalidawir Kabupaten Tulungagung

Sheila Arifah Fatmawati¹, Khamidah Naimawati², Rifqi Ardiansyah³, Dian Febriani⁴, Alyaa Putri Ayuninglarasati⁵, Kharisma Nur Halisa⁶, Ucik Ana Fardilla⁷

UIN Sayyid Ali Rahmatullah Tulungagung

email: ucik.ana@uinsatu.ac.id

Received: 1 September 2025 ; Revised: 9 September 2025 ; 1 November 2025

Abstrak Desa Pagersari memiliki potensi ekonomi yang cukup besar melalui sektor Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah (UMKM). Namun, masih banyak pelaku UMKM yang mengalami kesulitan dalam memasarkan produk secara digital dan mengelola keuangan usaha. Oleh karena itu, dilakukan pelatihan digital marketing dan penyusunan laporan keuangan untuk meningkatkan kapasitas UMKM lokal. Kegiatan ini menggunakan metode *Participatory Action Research* (PAR) dengan pendekatan partisipatif melalui identifikasi masalah, perencanaan tindakan, pelatihan, hingga evaluasi. Hasil pelatihan menunjukkan adanya peningkatan pemahaman peserta terhadap pemasaran digital serta kemampuan menyusun laporan keuangan sederhana. Pelatihan ini tidak hanya memperkuat keterampilan teknis pelaku usaha, tetapi juga membentuk jaringan sosial yang mendukung kolaborasi dan pengembangan UMKM secara berkelanjutan.

Kata kunci: *Digital Marketing*; Laporan Keuangan; Pelatihan; UMKM

1. PENDAHULUAN

Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah (UMKM) memainkan peranan yang sangat vital dalam pembangunan ekonomi nasional, terlebih dalam konteks pembangunan pedesaan yang berkelanjutan. UMKM tidak hanya berperan sebagai penopang perekonomian masyarakat kelas menengah ke bawah, tetapi juga menjadi penggerak utama dalam penciptaan lapangan kerja, peningkatan pendapatan, dan distribusi kekayaan yang lebih merata. Berdasarkan data Kementerian Koperasi dan UKM (2021), kontribusi UMKM terhadap Produk Domestik Bruto (PDB) Indonesia mencapai lebih dari 60%, dengan serapan tenaga kerja hingga 97% dari total tenaga kerja nasional. Hal ini menegaskan pentingnya pemberdayaan UMKM dalam upaya pembangunan ekonomi nasional.

Desa Pagersari, yang terletak di Kecamatan Kalidawir, Kabupaten Tulungagung, merupakan salah satu desa dengan potensi ekonomi lokal yang cukup besar melalui sektor UMKM. Produk-produk UMKM di desa ini mencakup olahan makanan tradisional, kerajinan tangan, hasil pertanian yang diolah, serta produk peternakan dan perikanan. Sayangnya, potensi besar ini belum diiringi dengan kapasitas sumber daya manusia dan sistem manajemen usaha yang memadai. Banyak pelaku UMKM di Desa Pagersari yang belum memiliki pemahaman yang cukup tentang strategi pemasaran digital, pengelolaan

keuangan usaha, dan penggunaan teknologi informasi sebagai alat bantu pengembangan usaha.

Di era digital seperti saat ini, kemampuan untuk memasarkan produk secara daring (*online*) menjadi salah satu keterampilan krusial yang harus dimiliki oleh setiap pelaku UMKM. Media sosial, *marketplace*, dan platform digital lainnya telah membuka peluang besar untuk menjangkau pasar yang lebih luas tanpa batasan geografis. Namun, rendahnya literasi digital menjadi kendala utama yang menghambat para pelaku UMKM di pedesaan untuk bisa memanfaatkan teknologi ini secara optimal. Selain itu, kelemahan dalam sistem pencatatan keuangan juga menjadi tantangan yang sering dihadapi. Banyak pelaku usaha yang tidak melakukan pencatatan keuangan secara rutin dan akurat, sehingga kesulitan dalam menilai kinerja usaha dan merencanakan strategi pengembangan.

Melihat realitas tersebut, pelatihan digital marketing dan penyusunan laporan keuangan bagi pelaku UMKM di Desa Pagersari menjadi sebuah kebutuhan mendesak. Pelatihan ini dirancang sebagai upaya untuk meningkatkan kapasitas pelaku usaha dalam memanfaatkan teknologi informasi untuk pemasaran produk dan menyusun laporan keuangan yang sederhana namun efektif. Tujuan utama dari kegiatan ini adalah untuk memberdayakan pelaku UMKM agar lebih mandiri, adaptif terhadap perubahan zaman, dan mampu bersaing dalam pasar yang semakin kompetitif.

Di era teknologi yang semakin maju seperti saat ini, masyarakat desa memiliki kesempatan untuk mengikuti berbagai kegiatan seperti seminar, sosialisasi, dan pelatihan baik secara daring maupun luring. Melalui kegiatan tersebut, banyak ilmu serta manfaat yang bisa didapatkan, misalnya peningkatan wawasan peserta mengenai pentingnya jiwa kewirausahaan, cara melakukan studi kelayakan usaha, serta langkah-langkah memulai dan mengembangkan usaha. Selain itu, sosialisasi juga memberikan pengetahuan tentang perkembangan teknologi, khususnya media sosial, yang dapat dimanfaatkan untuk mendukung pengembangan dan pemasaran produk maupun jasa yang dihasilkan. (Sulaeman, 2019).

UMKM memiliki peran yang sangat penting dalam perekonomian lokal, khususnya dalam mendorong aktivitas ekonomi daerah serta membuka lapangan pekerjaan baru. Untuk itu, dalam mengimplementasikan rencana, pemberdayaan, dan pengembangan UMKM diperlukan kebijakan yang dapat mendukung perekonomian secara menyeluruh, salah satunya dengan menciptakan wirausaha desa (*Entrepreneurs Village*) di kawasan pedesaan. (Adhiningsih dkk, 2017).

UMKM memiliki peran signifikan dalam perekonomian dunia, di antaranya dalam menciptakan lapangan pekerjaan, mengurangi angka kemiskinan, mendorong inovasi,

serta memberikan kontribusi pada produk domestik bruto suatu negara. Namun, banyak UMKM menghadapi tantangan berat yang menyebabkan sebagian tidak dapat bertahan dalam jangka panjang. Permasalahan yang sering terjadi di antaranya terkait pengelolaan produk dan strategi pemasaran yang kurang efektif. Seiring dengan kemajuan teknologi informasi dan komunikasi, pola pemasaran usaha pun mengalami perubahan signifikan. Kehadiran internet memunculkan tren transaksi komersial melalui berbagai platform digital yang mempermudah interaksi antara produsen dan konsumen (Susanti, 2020).

Kegiatan pelatihan ini menjadi bagian dari program Kuliah Kerja Nyata (KKN) mahasiswa Universitas Islam Negeri Sayyid Ali Rahmatullah Tulungagung yang dilaksanakan selama bulan Juli hingga Agustus 2025. Melalui pendekatan yang partisipatif dan berbasis kebutuhan lokal, program pelatihan ini diharapkan dapat memberikan dampak yang nyata dan berkelanjutan bagi pengembangan UMKM di Desa Pagersari.

2. METODE

Dalam penyelenggaraan suatu kegiatan pelatihan yang bertujuan untuk meningkatkan kapasitas dan keterampilan masyarakat, diperlukan perencanaan yang cermat mulai dari tahap identifikasi kebutuhan, pemilihan sasaran peserta, hingga penentuan strategi pelaksanaan. Perencanaan yang matang menjadi penting agar setiap komponen kegiatan dapat berjalan efektif dalam waktu yang telah ditetapkan, sekalipun durasi pelaksanaan relatif singkat. Dengan demikian, meskipun kegiatan ini hanya berlangsung selama satu hari, diharapkan manfaat yang diperoleh peserta tetap optimal dan dapat diaplikasikan dalam aktivitas ekonomi sehari-hari.

Kegiatan ini dirancang dengan mengadopsi pendekatan *Participatory Action Research* (PAR) yang menekankan keterlibatan aktif masyarakat dalam setiap tahapan proses, mulai dari identifikasi masalah hingga evaluasi hasil. Pendekatan ini dipilih karena dinilai mampu menciptakan rasa memiliki terhadap program yang dijalankan, sehingga hasil pelatihan lebih relevan dengan kebutuhan nyata dan berpotensi memberikan dampak berkelanjutan. Dalam konteks kegiatan ini, tahap identifikasi masalah dilakukan melalui komunikasi awal dengan perangkat desa, diskusi informal dengan calon peserta, dan pengamatan langsung terhadap kondisi sosial-ekonomi setempat. Tahap ini menghasilkan pemetaan permasalahan utama, seperti rendahnya literasi digital, keterbatasan strategi pemasaran, dan kelemahan dalam pencatatan keuangan usaha.

Tahap berikutnya adalah perencanaan tindakan, di mana tim pelaksana bersama perwakilan desa merumuskan bentuk pelatihan yang paling sesuai dengan kapasitas peserta dan keterbatasan sumber daya. Perencanaan meliputi penyusunan kurikulum singkat yang memuat materi prioritas, penentuan metode pembelajaran, hingga pemilihan

lokasi pelatihan yang strategis. Tahap pelatihan kemudian dilaksanakan di Balai Desa Pagersari, yang dipilih karena lokasinya mudah dijangkau, fasilitasnya memadai, dan mampu menampung seluruh peserta. Pelatihan berlangsung selama satu hari dengan durasi efektif kurang lebih dua jam, menggunakan metode ceramah interaktif untuk penyampaian konsep, diskusi singkat untuk berbagi pengalaman, serta demonstrasi langsung sebagai sarana penguatan keterampilan.

Materi pelatihan dibagi menjadi dua bagian utama. Pertama, materi pemasaran digital yang mencakup pengenalan prinsip dasar digital marketing, teknik pembuatan konten yang menarik, strategi promosi melalui media sosial, serta pemanfaatan platform marketplace. Kedua, materi pengelolaan laporan keuangan sederhana yang meliputi pencatatan transaksi harian, penyusunan laporan laba-rugi sederhana, dan pengelolaan arus kas agar usaha dapat berjalan secara berkelanjutan.

Tahap akhir dari pendekatan PAR adalah evaluasi, yang dalam kegiatan ini dilakukan secara sederhana namun terstruktur. Evaluasi dilakukan melalui pertanyaan lisan singkat sebelum dan sesudah penyampaian materi untuk mengukur peningkatan pemahaman, observasi langsung terhadap partisipasi peserta selama sesi praktik, serta pengumpulan umpan balik melalui kuesioner singkat untuk menilai relevansi materi dan efektivitas metode. Hasil evaluasi ini tidak hanya menjadi tolok ukur keberhasilan pelatihan, tetapi juga menjadi bahan refleksi untuk penyempurnaan program serupa di masa mendatang.

3. HASIL DAN PEMBAHASAN

Pelaksanaan pelatihan yang berlangsung selama satu hari dengan durasi sekitar dua jam ini memberikan gambaran yang cukup jelas mengenai perkembangan keterampilan peserta setelah mengikuti seluruh rangkaian materi. Secara umum, hasil evaluasi menunjukkan adanya peningkatan yang cukup signifikan, baik dari segi pemahaman konsep maupun keterampilan praktis yang relevan dengan kebutuhan usaha mereka. Perubahan ini terlihat tidak hanya dari jawaban peserta pada sesi evaluasi, tetapi juga dari kemampuan mereka dalam menerapkan materi yang disampaikan secara langsung selama sesi praktik.

Pada aspek pemasaran digital, mayoritas peserta mampu membuat akun bisnis di platform media sosial—yang sebelumnya belum mereka miliki atau belum dioptimalkan untuk kepentingan usaha. Proses ini tidak hanya berhenti pada tahap pembuatan akun semata, melainkan berlanjut pada pengunggahan konten promosi yang dirancang dengan tampilan lebih menarik serta disesuaikan dengan karakter produk mereka masing-masing. Beberapa peserta bahkan menunjukkan kreativitas tambahan dalam memanfaatkan fitur

yang tersedia, seperti penggunaan foto produk yang lebih representatif, video singkat yang komunikatif, dan penulisan deskripsi yang lebih persuasif. Peserta juga diperkenalkan pada fitur analitik sederhana yang, meskipun bersifat dasar, mampu memberikan gambaran umum terkait performa penjualan, interaksi pelanggan, dan tren keterlibatan audiens.

Dalam aspek pengelolaan keuangan usaha, terlihat adanya kemajuan yang cukup menonjol. Sebelum mengikuti pelatihan, sebagian peserta mengaku masih mencatat transaksi secara tidak teratur, bahkan ada yang sepenuhnya mengandalkan ingatan. Setelah pelatihan, mereka mulai menerapkan pencatatan yang lebih sistematis dan terstruktur, sehingga memudahkan dalam memantau arus kas secara harian. Lebih jauh lagi, peserta mampu menyusun laporan sederhana yang memuat informasi laba-rugi, yang pada akhirnya membantu mereka memahami posisi keuangan usaha secara lebih akurat dan mengambil keputusan bisnis dengan pertimbangan yang matang.

Dari sisi pembahasan, keberhasilan pelatihan ini tidak lepas dari relevansi materi yang disusun sesuai dengan kebutuhan riil para pelaku usaha di desa. Materi yang bersifat praktis dan aplikatif, dipadukan dengan metode penyampaian interaktif, membuat peserta lebih mudah memahami dan mengingat poin-poin penting. Dukungan fasilitator yang responsif terhadap pertanyaan, kesediaan memberikan contoh konkret, serta penggunaan bahasa yang mudah dipahami, turut menjadi faktor penunjang keberhasilan pelatihan ini.

Namun, beberapa kendala tetap muncul selama pelaksanaan. Keterbatasan perangkat teknologi seperti ponsel pintar atau laptop menjadi hambatan bagi sebagian peserta untuk mengikuti praktik pemasaran digital secara maksimal. Koneksi internet yang tidak selalu stabil juga memengaruhi kelancaran proses pembelajaran, khususnya ketika peserta mencoba mengunggah konten atau mengakses fitur-fitur tertentu pada platform digital. Selain itu, perbedaan tingkat pemahaman dan pengalaman di antara peserta menjadi tantangan tersendiri, sehingga memerlukan penyesuaian tempo penyampaian materi agar seluruh peserta dapat mengikuti pembelajaran dengan baik.

Meskipun demikian, hasil akhir membuktikan bahwa perpaduan strategi pemasaran digital dan pencatatan keuangan yang baik mampu memberikan dampak positif terhadap peningkatan daya saing UMKM di tingkat desa. Pembekalan keterampilan yang tepat tidak hanya memperluas jangkauan pasar melalui media digital, tetapi juga membantu pelaku usaha dalam mengelola sumber daya finansial secara lebih efektif. Dengan demikian, kegiatan ini diharapkan dapat menjadi titik awal bagi peserta untuk terus mengembangkan usahanya secara berkelanjutan, sekaligus membuka peluang yang lebih besar bagi pertumbuhan ekonomi desa.



4. SIMPULAN

Pelatihan pemasaran digital dan penyusunan laporan keuangan sederhana bagi pelaku UMKM di Desa Pagersari terbukti mampu memberikan dampak positif dalam meningkatkan kapasitas dan keterampilan peserta. Meskipun hanya dilaksanakan selama satu hari dengan durasi efektif sekitar dua jam, kegiatan ini berhasil mendorong peserta untuk lebih adaptif terhadap perkembangan teknologi dan manajemen usaha.

Dalam aspek pemasaran digital, peserta mampu membuat serta mengelola akun bisnis di media sosial, memproduksi konten promosi yang lebih menarik, dan mulai memanfaatkan fitur analitik sederhana untuk memantau performa penjualan. Sementara itu, pada aspek pengelolaan keuangan, peserta menunjukkan kemajuan dalam pencatatan transaksi harian secara sistematis dan penyusunan laporan laba-rugi sederhana, sehingga posisi keuangan usaha dapat diketahui secara lebih jelas.

Keberhasilan ini didukung oleh relevansi materi dengan kebutuhan nyata peserta, metode penyampaian yang interaktif, dan dukungan fasilitator yang responsif. Kendati demikian, kendala seperti keterbatasan perangkat teknologi, koneksi internet yang kurang stabil, serta perbedaan tingkat pemahaman antarpeserta menjadi catatan penting untuk perbaikan di masa mendatang.

Secara keseluruhan, kegiatan ini menunjukkan bahwa kombinasi keterampilan pemasaran digital dan pengelolaan keuangan yang baik dapat meningkatkan daya saing UMKM di desa. Dengan penerapan yang konsisten, hasil pelatihan berpotensi memberikan dampak jangka panjang terhadap keberlanjutan usaha dan penguatan perekonomian lokal.

UCAPAN TERIMA KASIH

Dengan penuh rasa syukur, kami mengucapkan terima kasih yang sebesar-besarnya kepada seluruh anggota Kuliah Kerja Nyata (KKN) yang telah berkontribusi dengan semangat, dedikasi, dan kerja sama yang luar biasa dalam pelaksanaan program ini. Ucapan terima kasih khusus kami sampaikan kepada:

Fatma Nazira, Muhammad Aditya Faddlil D, Hellena Yustivira, Niila Hidayatul Husna, Yessica Fortuna Sugiarti, Nurul Ayu Fadila, Rizma Devi Sulistiani, Hanim Lathifah, Fitria Fadilla, Dian Febriani, Mita Asyiaturochmah, Dinda Muhamad Hashiif, Melani Putri Oktavia, Ibnu Ahmada, Miftakhul Janah, Alfin Ardiansyah, Erine Eprilia Rosnanda, Nabila Rizki Ratriazkia M, Muhamad Rifqi Ardiansyah, Kharisma Nur Halisa, Nur Intan Zulfanila, M. Fa'la Al Ngizaudin, Zulfa Himatul Ulya, Tanti Vidianari, Mariska Ainur Rosyida, Fadhilatun Ni'amil Mutamimah, Andini Fatimatus Zahro, Retno Ayu Yuliana, dan Muhammad Helmi Rafi'.

Kami juga menyampaikan apresiasi yang setulus-tulusnya kepada seluruh pihak yang telah terlibat, baik secara langsung maupun tidak langsung, yang telah memberikan dukungan moril maupun materil demi kelancaran kegiatan ini. Kerja sama, kekompakan, dan komitmen dari semua pihak menjadi kunci keberhasilan program KKN ini, sehingga setiap tujuan yang telah direncanakan dapat tercapai dengan baik.

Semoga kerja sama ini menjadi amal kebaikan yang mendatangkan manfaat berkelanjutan bagi masyarakat, serta menjadi kenangan indah yang mempererat persaudaraan di antara kita semua.

DAFTAR PUSTAKA

A.Hutami Adhiningsih Dkk, Strategi Pengembangan Umkm Pedesaan Menuju Entrepreneurs Village Pada Pasar Global, (Jakarta: 2017) Hal 9.

Elisa Susanti, Pelatihan Digital Marketing dalam Upaya Pengembangan Usaha Berbasis Teknologi Pada UMKM di desa Sayang Kecamatan Jatinangor, Jurnal pengabdian Masyarakat Pembangunan Sosial, Desa dan Masyarakat, Vol 1, No 2, Agustus 2020, hal 37.

Moh. Muklis Sulaeman, Sosialisasi Kewirausahaan Dalam Upaya Peningkatan Umkm Desa Palangan Kecamatan Ka Rangbinangun Kabupaten Lamongan, Vol. 2 No. 1, Jurnal Pengabdian Masyarakat, 2019, hal 21.