

Workshop Kewirausahaan Digital: Strategi Pemasaran Online dan Pengelolaan Keuangan bagi UMKM Lokal

Juni Hartiwi^{1*}, Ajeng Ninda Uminar², Sri Sutiwi³, Septika Laily Anti², Elly Purwanti⁴, Wardah Anggraini²

¹STKIP PGRI Bandar Lampung

²STIT Tanggamus

³ITBA DCC Bandar Lampung

⁴STAI Darussalam Lampung

Juni_marvel@yahoo.com*

Abstrak

Kata Kunci:

Kewirausahaan digital;
Pemasaran online;
Pengelolaan keuangan;
UMKM; Workshop.

Kegiatan pengabdian kepada masyarakat ini bertujuan untuk meningkatkan kompetensi kewirausahaan digital UMKM lokal, khususnya dalam aspek strategi pemasaran online dan pengelolaan keuangan sederhana. Latar belakang kegiatan didasarkan pada rendahnya literasi digital dan finansial UMKM yang menghambat daya saing di era digital. Metode yang digunakan adalah Workshop dan Pendampingan Interaktif dengan desain Pre-test dan Post-test, yang dilaksanakan pada tanggal 29 sampai 30 Agustus 2025 di Desa Bulokarto dan melibatkan 10 perwakilan UMKM lokal. Materi fokus mencakup optimalisasi media sosial dan e-commerce untuk pemasaran, serta pencatatan transaksi dan perhitungan laba/rugi. Hasil evaluasi menunjukkan peningkatan pengetahuan yang signifikan, dengan rata-rata skor keseluruhan peserta naik sebesar 67.7% (dari 48.75 menjadi 81.75). Peningkatan tertinggi dicapai pada materi pengelolaan keuangan (74.4%). Simpulan kegiatan adalah bahwa pendekatan workshop terpadu ini terbukti efektif dalam mentransfer keterampilan praktis, memungkinkan UMKM mitra untuk mulai mengimplementasikan strategi pemasaran digital dan menertibkan pencatatan keuangan.

Abstract

Key Word:

Digital entrepreneurship;
Financial management;
MSMEs; Online marketing;
Workshop.

This community service activity aimed to enhance the digital entrepreneurship competence of local Micro, Small, and Medium Enterprises (MSMEs), specifically focusing on online marketing strategies and simple financial management. The urgency for this activity stemmed from the low digital and financial literacy among MSMEs, which hinders their competitiveness in the digital era. The method used was an interactive Workshop and Mentoring session employing a Pre-test and Post-test design, conducted from August 29 to 30, 2025, in Bulokarto Village, involving 10 representatives of local MSMEs. The core material covered optimizing social media and e-commerce for marketing, as well as transaction recording and profit/loss calculation. Evaluation results showed a significant increase in knowledge, with the average overall participant score rising by 67.7% (from 48.75 to 81.75). The highest improvement was achieved in the financial management material (74.4%). The activity concluded that this integrated workshop approach proved effective in transferring practical skills, enabling partner MSMEs to start implementing digital marketing strategies and standardize their financial record-keeping.

Copyright © 2025

This work is licensed under an Attribution-ShareAlike 4.0 International (CC BY-SA 4.0)

PENDAHULUAN

Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah (UMKM) memegang peranan vital sebagai tulang punggung perekonomian nasional, berkontribusi signifikan terhadap Produk Domestik Bruto (PDB) dan penyerapan tenaga kerja (Fadhillah & Yuniarti, 2023). Di tengah arus disruptif digital, UMKM menghadapi tuntutan untuk bertransformasi dari model bisnis konvensional menuju basis digital guna mempertahankan daya saing. Digitalisasi membuka peluang pasar yang lebih luas melalui platform e-commerce dan media sosial, namun di saat yang sama menyingkap adanya kesenjangan kompetensi yang mendasar. Tanpa adaptasi yang memadai, potensi besar UMKM ini berisiko tergerus oleh persaingan pasar yang semakin ketat dan

berbasis teknologi. Oleh karena itu, peningkatan kapasitas digital UMKM lokal menjadi agenda yang mendesak.

Tantangan utama yang dihadapi UMKM saat ini dapat diklasifikasikan menjadi dua aspek krusial yaitu pemasaran dan pengelolaan keuangan. Dalam aspek pemasaran, banyak pelaku UMKM masih memiliki literasi digital yang rendah, kesulitan merumuskan strategi pemasaran online yang efektif, dan belum mampu memanfaatkan media sosial atau marketplace secara optimal untuk menjangkau konsumen yang lebih luas (Ariyani, 2022). Keterbatasan ini menghambat perluasan jangkauan pasar dan pertumbuhan pendapatan usaha. Sementara itu, dalam aspek pengelolaan keuangan, sebagian besar UMKM masih belum melakukan pemisahan antara keuangan pribadi dan usaha, serta mengabaikan pencatatan transaksi sederhana, yang mengakibatkan kesulitan dalam mengukur profitabilitas riil dan membuat keputusan bisnis yang terukur (Azkiah et al., 2022).

Kondisi tersebut menunjukkan adanya urgensi untuk melaksanakan kegiatan pengabdian yang berfokus pada peningkatan literasi digital dan literasi keuangan secara terpadu. Workshop Kewirausahaan Digital merupakan solusi yang ditawarkan untuk menjembatani kesenjangan pengetahuan dan keterampilan tersebut. Dengan membekali UMKM dengan kemampuan merancang konten pemasaran digital yang menarik dan melakukan pembukuan keuangan sederhana, diharapkan UMKM mampu beralih dari sekadar pengguna menjadi pemain aktif dalam ekosistem ekonomi digital. Hal ini sejalan dengan artikel dari Harahap et al., (2021) yang menunjukkan bahwa literasi digital dan literasi keuangan secara positif memengaruhi kinerja dan keberlanjutan UMKM.

Berdasarkan analisis situasi tersebut, kegiatan pengabdian kepada masyarakat ini bertujuan utama untuk meningkatkan kompetensi kewirausahaan digital UMKM lokal. Secara khusus, tujuan yang ingin dicapai adalah: (1) Meningkatkan pemahaman dan keterampilan UMKM dalam merumuskan strategi pemasaran online yang efektif, termasuk penggunaan media sosial, e-commerce, dan konten digital, serta (2) Meningkatkan pemahaman dan keterampilan UMKM dalam melakukan pencatatan dan pengelolaan keuangan sederhana. Target luaran dari kegiatan ini adalah UMKM mitra dapat mengimplementasikan strategi pemasaran digital dan sistem pencatatan keuangan yang terstruktur.

Melalui pelaksanaan workshop ini, manfaat yang diharapkan tidak hanya dirasakan oleh UMKM mitra dalam bentuk peningkatan penjualan dan efisiensi operasional, tetapi juga oleh institusi perguruan tinggi sebagai wujud nyata implementasi Tri Dharma. Kegiatan ini berkontribusi pada solusi masalah spesifik di masyarakat melalui transfer ilmu pengetahuan

dan teknologi yang relevan dengan perkembangan industri saat ini, sehingga turut serta dalam mendorong pertumbuhan ekonomi lokal yang inklusif dan berkelanjutan di era digital.

METODE

Metode pelaksanaan kegiatan pengabdian kepada masyarakat ini menggunakan desain Pelatihan dan Pendampingan Interaktif (Workshop) dengan pendekatan experiential learning, yang menekankan pada partisipasi aktif dan praktik langsung oleh peserta. Sasaran kegiatan ini adalah 10 pelaku Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah (UMKM) yang bergerak di sektor kuliner, fesyen, dan kerajinan tangan di wilayah Pringsewu, Lampung, yang dipilih melalui metode purposive sampling berdasarkan kriteria kepemilikan usaha minimal satu tahun dan keterbatasan dalam pemasaran digital serta pengelolaan keuangan. Tahap Pra-Pelaksanaan dimulai dengan observasi awal dan Focus Group Discussion (FGD) untuk melakukan analisis kebutuhan, yang kemudian diperkuat dengan instrumen pre-test berupa kuesioner terstruktur untuk mengukur tingkat pengetahuan awal mitra terkait topik workshop. Hasil analisis kebutuhan ini menjadi dasar penyusunan modul pelatihan yang spesifik, meliputi Materi A: Strategi Pemasaran Online (optimalisasi media sosial & pembuatan konten) dan Materi B: Pengelolaan Keuangan Sederhana (pencatatan transaksi masuk-keluar, perhitungan laba/rugi).

Tahap Pelaksanaan dilakukan melalui workshop intensif, di mana penyampaian materi teoritis diikuti oleh sesi pelatihan teknis dan praktik langsung. Peserta diarahkan untuk langsung mempraktikkan pembuatan caption produk yang menarik dan mendesain tampilan profil media sosial atau mencatat transaksi harian menggunakan aplikasi atau template sederhana. Metode ini dirancang untuk memastikan transfer pengetahuan yang aplikatif dan segera dapat diimplementasikan, sesuai prinsip pengabdian berbasis solusi praktis. Untuk mengukur efektivitas dan keberhasilan kegiatan, digunakan teknik evaluasi komprehensif yang melibatkan analisis kuantitatif melalui perbandingan hasil pre-test dan post-test (uji-t) untuk mengukur peningkatan kognitif peserta. Selain itu, analisis deskriptif kualitatif dilakukan terhadap hasil kuesioner umpan balik (kepuasan dan manfaat) serta observasi output praktik peserta dan partisipasi selama workshop, guna menilai tingkat adopsi keterampilan baru dan relevansi materi (Jatiningrum et al., 2021; Nurjanah et al., 2024).

HASIL DAN PEMBAHASAN

A. Deskripsi Pelaksanaan Kegiatan

Kegiatan Workshop Kewirausahaan Digital: Strategi Pemasaran Online dan Pengelolaan Keuangan bagi UMKM Lokal telah dilaksanakan secara intensif selama dua hari, yaitu pada

tanggal 29 sampai 30 Agustus 2025, bertempat di Desa Bulokarto. Lokasi ini dipilih karena strategis dan terpusat bagi komunitas UMKM. Jumlah peserta yang hadir adalah 10 perwakilan UMKM yang bergerak di sektor kuliner, fesyen, dan kerajinan, dengan tingkat kehadiran mencapai 100%. Pelaksanaan kegiatan dibagi menjadi dua sesi utama. Hari pertama berfokus pada Strategi Pemasaran Online, mencakup pengantar branding digital, pemanfaatan Instagram for Business, dan praktik pembuatan konten visual menggunakan aplikasi editor sederhana. Hari kedua berfokus pada Pengelolaan Keuangan Sederhana, di mana materi meliputi pemisahan dana usaha dan pribadi, pencatatan transaksi menggunakan aplikasi digital sederhana, dan perhitungan Harga Pokok Penjualan (HPP) untuk menentukan harga jual yang rasional. Metode yang digunakan adalah kombinasi presentasi, diskusi interaktif, dan praktik langsung (hands-on), yang dinilai sangat efektif dalam mentransfer keterampilan teknis kepada peserta (Wijastuti et al., 2021).

B. Hasil Evaluasi Pengetahuan dan Keterampilan Peserta

Evaluasi keberhasilan program diukur melalui analisis komparatif hasil pre-test (sebelum workshop) dan post-test (setelah workshop) menggunakan 10 soal pilihan ganda yang menguji pemahaman konsep pemasaran digital dan pengelolaan keuangan dasar. Hasil rekapitulasi skor menunjukkan adanya peningkatan pengetahuan yang signifikan pada peserta, seperti dirangkum pada Tabel 1.

Tabel 1. Rekapitulasi Hasil Pre-test dan Post-test Peserta UMKM

Indikator	Skor Rata-Rata Pre-test	Skor Rata-Rata Post-test	Peningkatan Rata-Rata (%)	Keterangan
Pemasaran Online	52,5	85,0	61,9%	Peningkatan Signifikan
Pengelolaan Keuangan	45,0	78,5	74,4%	Peningkatan Terbesar
Total Rata-rata	48,75	81,75	67,7%	Program Efektif

Berdasarkan data di Tabel 1, rata-rata skor keseluruhan peserta meningkat sebesar 67.7%, dari 48.75 menjadi 81.75. Peningkatan tertinggi terjadi pada materi Pengelolaan Keuangan Sederhana (74.4%), mengindikasikan bahwa topik ini merupakan celah pengetahuan terbesar UMKM mitra sebelum kegiatan dilaksanakan, sejalan dengan temuan Azkiah et al., (2022) bahwa UMKM sering menghadapi kesulitan dalam manajemen keuangan

yang efektif. Sementara itu, peningkatan pada materi Pemasaran Online sebesar 61.9% menunjukkan keberhasilan dalam transfer keterampilan teknis, seperti pembuatan akun bisnis dan desain konten dasar. Hasil ini sejalan dengan hasil yang diperoleh oleh Octavina & Rita (2021) yang membuktikan bahwa metode pelatihan dan praktik langsung terbukti efektif dalam meningkatkan literasi digital dan finansial UMKM, yang merupakan prasyarat penting untuk pertumbuhan usaha di era digital.

C. Pembahasan Hasil dan Pencapaian Tujuan

Metode workshop dengan praktik langsung terbukti efektif karena memungkinkan peserta untuk segera mengimplementasikan teori yang didapatkan. Efektivitas ini didukung oleh temuan pada kuesioner umpan balik, di mana 90% peserta menyatakan materi yang diberikan sangat relevan dan mudah dipraktikkan. Capaian utama kegiatan adalah teratasnya kesenjangan pengetahuan. Khusus pada tujuan pemasaran online, sebanyak 80% perwakilan UMKM berhasil membuat atau mengoptimalkan akun Instagram/Facebook Bisnis mereka dan mampu membuat minimal tiga konten promosi produk yang menarik. Sementara itu, pada tujuan pengelolaan keuangan, seluruh peserta (100%) telah memiliki template atau aplikasi pencatatan transaksi sederhana dan memahami pentingnya pemisahan dana usaha, yang menurut Ruscitasari dkk. (2022) merupakan langkah awal menuju tata kelola yang transparan.

Meskipun capaian pengetahuan sangat tinggi, kendala utama yang dihadapi adalah keterbatasan infrastruktur berupa koneksi internet yang kurang stabil di beberapa lokasi, serta kendala psikologis berupa resistensi awal dari beberapa UMKM senior terhadap adopsi teknologi pencatatan keuangan digital. Solusi yang dilakukan tim pengabdi adalah dengan menyediakan simulasi offline dan memberikan pendampingan personal satu-per-satu kepada UMKM yang mengalami hambatan teknis. Hasil ini memperkuat penelitian sebelumnya yang menekankan bahwa selain pelatihan, pendampingan intensif pasca-pelatihan sangat krusial untuk memastikan perubahan perilaku yang berkelanjutan (Baidhowi & SEI, 2022). Potensi dampak positif bagi UMKM mitra adalah peningkatan visibilitas digital, yang secara langsung berpotensi meningkatkan omzet penjualan, sekaligus meminimalisir risiko kerugian finansial akibat pencatatan yang tidak akurat.

Perbandingan dengan kegiatan PkM sejenis (Ariyani & Septiani, 2024) menunjukkan bahwa pendekatan terpadu antara pelatihan digital dan literasi keuangan memberikan dampak peningkatan skor yang lebih komprehensif dibandingkan fokus pada satu aspek saja. Keberhasilan ini menjustifikasi model workshop terintegrasi ini sebagai model pemberdayaan UMKM yang replikatif dan berkelanjutan, memastikan bahwa pelaku UMKM tidak hanya pandai

menjual online tetapi juga memiliki dasar manajerial yang kuat dalam mengelola laba yang dihasilkan.

SIMPULAN

Kegiatan Workshop Kewirausahaan Digital yang berfokus pada Strategi Pemasaran Online dan Pengelolaan Keuangan telah berhasil mencapai tujuannya, yaitu meningkatkan kompetensi kewirausahaan digital pada UMKM lokal di Desa Bulokarto. Keberhasilan ini ditunjukkan secara kuantitatif melalui peningkatan signifikan rata-rata skor pengetahuan peserta sebesar 67.7% (dari 48.75 menjadi 81.75) setelah mengikuti workshop dan praktik langsung. Temuan utama menunjukkan peningkatan pemahaman terbesar terjadi pada aspek pengelolaan keuangan sederhana (74.4%), yang merupakan celah pengetahuan krusial mitra. Secara kualitatif, UMKM mitra kini telah mengadopsi keterampilan baru, terbukti dengan teroptimalkannya akun media sosial bisnis mereka dan dimulainya proses pencatatan keuangan yang terpisah dari dana pribadi, yang menegaskan keberhasilan program dalam menciptakan perubahan perilaku manajerial dan literasi digital. Oleh karena itu, disarankan agar program pendampingan lanjutan di masa mendatang berfokus pada implementasi strategi pemasaran berbayar (iklan digital) dan penyusunan laporan keuangan komprehensif untuk memastikan keberlanjutan dan skala usaha UMKM.

DAFTAR PUSTAKA

- Ariyani, D. (2022). Pendampingan Pengelolaan Keuangan dan Pemasaran Bisnis Digital untuk Pelaku UMKM. *JMM (Jurnal Masyarakat Mandiri)*, 6(4), 3169-3179.
- Ariyani, D., & Septiani, N. L. (2024). Peningkatan Literasi Pemasaran Digital Pelaku UMKM Jasa Service AC di Jakarta Timur. *Reswara: Jurnal Pengabdian Kepada Masyarakat*, 5(2), 641-649.
- Azkiah, I., Dumadi, D., Iskandar, K., Bhakti, R. M. H., & Bachri, O. S. (2022). Pengelolaan Keuangan bagi Usaha Mikro Kecil Menengah (UMKM) Kerupuk Bawang Ubay Jaya di Desa Cikuya. *JAMU: Jurnal Abdi Masyarakat UMUS*, 3(01), 67-74.
- Baidhowi, M. M., & SEI, M. (2022). Pendampingan Digitalisasi Umkm Upaya Meningkatkan Kesejahteraan Masyarakat. *Support Sistem*, 39.
- Fadhillah, P., & Yuniarti, A. (2023). Pemberdayaan UMKM: Melihat Peluang Bisnis UMKM di Era Digital di Desa Ujunge Kecamatan Tanasitolo Kabupaten Wajo. *Jurnal Pengabdian Masyarakat dan Riset Pendidikan*, 2(1), 291-298.

- Harahap, H. S., Dewi, N. K., & Ningrum, E. P. (2021). Pemanfaatan Digital Marketing Bagi UMKM. *Jurnal Loyalitas Sosial: Journal of Community Service in Humanities and Social Sciences*, 3(2), 77-85.
- Jatiningrum, C., Muharlisiani, L. T., Rahayu, S., & Ramadhani, A. N. (2021). Pengembangan UMKM Melalui Peningkatan Pemasaran Produk Kripik Tempe di Desa Wonoharjo Kabupaten Tanggamus. *NEAR: Jurnal Pengabdian kepada Masyarakat*, 1(1), 1-6.
- Nurjanah, N., Nasihin, N., Indriyani, T., Isnadiyati, A., Sabita, A., Noviana, P., ... & Harahap, A. A. (2024). Pelatihan dan Pendampingan untuk Meningkatkan Potensi Usaha Mikro, Kecil, dan Mengenah (UMKM) di Kelurahan Sawitan. *Warta LPM*, 172-184.
- Octavina, L. A., & Rita, M. R. (2021). Digitalisasi umkm, literasi keuangan, dan kinerja keuangan: Studi pada masa pandemi Covid-19. *Perbanas Journal of Business and Banking*, 11(1), 73-92.
- Ruscitasari, Z., Nurcahyanti, F. W., & Nasrulloh, R. S. (2022). Analisis praktik manajemen keuangan umkm di kabupaten bantul. *Nusantara: Jurnal Ilmu Pengetahuan Sosial*, 4(9), 1375-1382.
- Wijiastuti, S., Darmaningrum, K., & Widodo, Z. D. (2021). Pengenalan Digital Marketing, Pelatihan Sosial Media Dan E-Commerce Dan Merancang Konten Pemasaran Yang Baik Bagi Pelaku Usaha Umkm Di Yayasan Amal Bakti Sudjono Taruno Baki Sukoharjo. *Jurnal PADMA: Pengabdian Dharma Masyarakat*, 1(4), 1-3.