



Homepage Journal: <https://jurnal.unismuhpalu.ac.id/index.php/JKS>

Peningkatan Keterampilan Manajemen UMKM Melalui Pelatihan Manajemen Keuangan dan Pemasaran Digital

Improving MSME Management Skills Through Financial Management and Digital Marketing Training

Andi Ummul Khair^{1*}, M. Iqbal Suhaeb², Un Dini Imran³, Haeranah⁴, Murtiadi Awaluddin⁵

¹⁻⁴Institut Teknologi dan Bisnis Nobel Indonesia

⁵UIN Alauddin Makassar

*Corresponding Author: E-mail: andiummulkhairherman@gmail.com

Artikel Pengabdian

Article History:

Received: 18 Nov, 2024

Revised: 19 Dec, 2024

Accepted: 29 Jan, 2025

Kata Kunci:

Manajemen Keuangan, Pemasaran Digital, Pelatihan UMKM, Literasi Teknologi, Pemberdayaan Ekonomi

Keywords:

Financial Management, Digital Marketing, MSME Training, Technology Literacy, Economic Empowerment.

DOI: [10.56338/jks.v8i1.6774](https://doi.org/10.56338/jks.v8i1.6774)

ABSTRAK

Pelaku Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah (UMKM) di Desa Bontoala, Kecamatan Pallangga, Kabupaten Gowa, menghadapi berbagai tantangan dalam pengelolaan usaha, termasuk kurangnya keterampilan manajerial di bidang keuangan dan pemasaran digital. Program ini bertujuan meningkatkan keterampilan tersebut melalui pelatihan yang dirancang secara komprehensif, meliputi manajemen keuangan dan strategi pemasaran digital berbasis teknologi. Pelatihan dilakukan dalam beberapa tahapan, yakni sosialisasi, pelaksanaan pelatihan klasikal dan praktik langsung, serta pendampingan pascapelatihan. Hasil pelatihan menunjukkan adanya peningkatan signifikan pada pemahaman peserta terkait pencatatan keuangan, pemisahan keuangan pribadi dan usaha, serta kemampuan memanfaatkan media sosial dan platform e-commerce untuk promosi. Tingkat kepercayaan diri peserta dalam mengelola usaha mereka juga meningkat, dengan laporan peningkatan omzet dan cakupan pasar dari beberapa peserta. Rata-rata kenaikan keterampilan manajerial mencapai 123,17%, yang mencerminkan efektivitas program ini. Program ini juga memberikan solusi terhadap tantangan yang dihadapi peserta, seperti rendahnya literasi teknologi dan keterbatasan infrastruktur digital, melalui pendekatan praktis dan pendampingan intensif. Keberlanjutan program dijamin melalui pembentukan komunitas belajar UMKM dan rencana pelatihan lanjutan. Dampak jangka panjang yang diharapkan adalah peningkatan daya saing UMKM, penguatan ekonomi desa, dan peningkatan kesejahteraan masyarakat. Program ini membuktikan bahwa pelatihan berbasis kebutuhan lokal mampu memberdayakan pelaku UMKM secara efektif.

ABSTRACT

Micro, Small and Medium Enterprises (MSMEs) actors in Bontoala Village, Pallangga Sub-district, Gowa Regency, face various challenges in business management, including a lack of managerial skills in finance and digital marketing. This program aims to improve these skills through comprehensively designed training, covering financial management and technology-based digital marketing strategies. The training was conducted in several stages, namely socialization, implementation of classical and hands-on training, and post-training assistance. The results of the training showed a significant increase in participants' understanding of financial recording, separation of personal and business finances, and the ability to utilize social media and e-commerce platforms for promotion. Participants' level of confidence in managing their businesses also increased, with reports of increased turnover and market coverage from some participants. The average increase in managerial skills reached 123.17%, reflecting the effectiveness of this program. The program also provides solutions to challenges faced by participants, such as low technological literacy and limited digital infrastructure, through practical approaches and intensive mentoring. The sustainability of the program is ensured through the establishment of MSME learning communities and further training plans. The expected long-term impacts are increased MSME competitiveness, strengthened village economy, and improved community welfare. This program proves that local needs-based training can effectively empower MSME actors.

PENDAHULUAN

UMKM (Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah) merupakan sektor penting dalam perekonomian Indonesia, baik sebagai penyedia lapangan kerja maupun penggerak pertumbuhan ekonomi. Selain itu, keberadaan UMKM juga berkontribusi dalam mengurangi angka pengangguran dan meningkatkan kesejahteraan masyarakat (Sarfiyah et al., 2019). Data menunjukkan bahwa UMKM menyumbang lebih dari 60% PDB Indonesia dan menciptakan lapangan kerja bagi sekitar 97% angkatan kerja. Namun, tantangan yang dihadapi UMKM, terutama di daerah pedesaan, sering kali membatasi potensi mereka dalam berkontribusi secara optimal terhadap perekonomian lokal dan nasional. Desa Bontoala, Kecamatan Pallangga, Kabupaten Gowa, merupakan salah satu wilayah yang memiliki banyak pelaku UMKM. Pelaku usaha di desa ini tersebar di empat dusun, yakni Dusun Taborong, Lambengi, Ana Gowa, dan Mannyampa. Sebagian besar usaha yang dijalankan adalah usaha kecil di bidang perdagangan, kuliner, dan kerajinan. Meski memiliki potensi yang besar, banyak pelaku UMKM di desa ini menghadapi kendala dalam manajemen keuangan dan pemasaran digital. Banyak pelaku UMKM di daerah pedesaan yang tidak memiliki akses ke pelatihan dan pendidikan yang memadai. Keterbatasan dalam pengetahuan manajerial dan pemasaran dapat menghambat kemampuan mereka untuk bersaing di pasar yang semakin kompetitif (Mafaticha, 2023; Nugroho, 2024).

Salah satu tantangan utama yang dihadapi pelaku UMKM di Desa Bontoala adalah pengelolaan keuangan yang kurang efektif. Mayoritas pelaku usaha belum memiliki pengetahuan yang memadai mengenai pencatatan keuangan, pengelolaan modal, dan perencanaan keuangan jangka panjang. Hal ini sering kali mengakibatkan kebingungan dalam memisahkan keuangan pribadi dan usaha, serta ketidakmampuan untuk memantau kinerja bisnis mereka. Selain manajemen keuangan, pemanfaatan teknologi digital untuk pemasaran masih sangat minim di kalangan pelaku UMKM Desa Bontoala. Banyak pelaku usaha yang belum memahami cara menggunakan media sosial, e-commerce, dan platform digital lainnya untuk memperluas jangkauan pasar. Banyak pelaku UMKM yang tidak menerapkan sistem pencatatan keuangan yang baik, sehingga sulit untuk melacak pendapatan dan pengeluaran (Oribel et al., 2022). Akibatnya, produk mereka hanya dikenal di tingkat lokal, sehingga sulit untuk meningkatkan pendapatan dan daya saing usaha.

Digitalisasi membuka peluang besar bagi UMKM untuk mengakses pasar yang lebih luas dengan biaya yang relatif rendah. Dengan memanfaatkan pemasaran digital, pelaku usaha dapat menjangkau konsumen di luar wilayah mereka dan meningkatkan efisiensi operasional. Dengan menggunakan teknologi informasi, pelaku UMKM dapat mengotomatisasi proses bisnis, seperti manajemen inventaris dan pencatatan keuangan, yang dapat mengurangi kebutuhan tenaga kerja dan waktu (Sarfiyah et al., 2019). Namun, untuk memanfaatkan peluang ini, pelaku UMKM memerlukan pelatihan yang intensif dan pendampingan yang berkelanjutan. Meskipun pelatihan untuk pengembangan UMKM telah banyak dilakukan, akses ke pelatihan bagi pelaku usaha di pedesaan masih terbatas. Di beberapa daerah, terutama di daerah pedesaan, akses terhadap internet yang stabil dan cepat masih menjadi masalah. Hal ini dapat membatasi kemampuan UMKM untuk beroperasi secara online (Irawan et al., 2020). Hal ini disebabkan oleh kurangnya informasi, keterbatasan dana, serta minimnya lembaga yang menyediakan pelatihan di wilayah terpencil seperti Desa Bontoala. Situasi ini menambah urgensi untuk menghadirkan program pelatihan yang relevan dan mudah diakses.

Pendampingan tidak hanya membantu pelaku UMKM memahami materi pelatihan, tetapi juga memastikan mereka dapat mengimplementasikan pengetahuan tersebut dalam operasional usaha. Hal ini sangat penting, terutama bagi pelaku UMKM yang mungkin tidak memiliki latar belakang pendidikan formal dalam manajemen bisnis (Sarfiyah et al., 2019). Dalam konteks Desa Bontoala, pendampingan menjadi krusial mengingat tingkat pendidikan dan literasi teknologi sebagian besar pelaku usaha masih relatif rendah. Program pelatihan ini sejalan dengan kebijakan pemerintah dalam memberdayakan UMKM melalui peningkatan keterampilan manajerial dan pemanfaatan teknologi digital. Pemerintah telah menetapkan UMKM sebagai prioritas dalam upaya pemulihan ekonomi pasca-pandemi, sehingga program ini menjadi bagian dari kontribusi nyata dalam mendukung agenda nasional. Pendampingan sering kali membuka akses bagi pelaku UMKM ke sumber daya tambahan,

seperti modal, teknologi, dan jaringan bisnis. Dengan dukungan ini, pelaku UMKM dapat lebih mudah mengembangkan usaha mereka (Suherningtyas, 2019).

Pelatihan manajemen keuangan dan pemasaran digital dirancang secara terintegrasi agar memberikan dampak yang lebih signifikan. Pemasaran digital memungkinkan UMKM untuk berinteraksi langsung dengan konsumen melalui media sosial dan platform e-commerce. Ini tidak hanya membantu dalam membangun hubungan yang lebih baik dengan pelanggan, tetapi juga memberikan umpan balik yang berharga untuk pengembangan produk (Febriyantoro & Arisandi, 2019). Dengan pendekatan ini, pelaku UMKM tidak hanya belajar bagaimana mengelola keuangan usaha mereka, tetapi juga memahami bagaimana memanfaatkan pemasaran digital untuk meningkatkan omzet. Hal ini memungkinkan UMKM untuk melakukan promosi dengan anggaran yang lebih kecil, tetapi tetap efektif dalam menjangkau pasar yang lebih besar (Pandey et al., 2020). Program pelatihan ini diharapkan dapat meningkatkan kapasitas manajerial pelaku UMKM di Desa Bontoala. Dengan keterampilan yang lebih baik, pelaku usaha akan mampu mengelola bisnis mereka secara lebih profesional, meningkatkan daya saing produk, serta menciptakan peluang ekonomi yang lebih besar bagi masyarakat sekitar.

Keberhasilan program ini juga bergantung pada partisipasi aktif masyarakat lokal. Oleh karena itu, keterlibatan pemerintah desa, komunitas lokal, dan organisasi masyarakat menjadi kunci dalam pelaksanaan program. Dengan sinergi ini, diharapkan program pelatihan dapat berjalan dengan efektif dan berkelanjutan. Sebagai bagian dari komitmen terhadap pemberdayaan masyarakat, program ini tidak hanya berfokus pada pelatihan jangka pendek, tetapi juga pada pengembangan berkelanjutan. Rencana tindak lanjut, seperti pembentukan kelompok belajar dan pendampingan pascapelatihan, akan memastikan dampak positif program tetap berlanjut di masa depan.

METODE

Metode penelitian ini terdiri dari beberapa tahapan yang dirancang untuk memastikan pelaksanaan program pelatihan berjalan efektif dan dapat memberikan dampak positif bagi pelaku UMKM di Desa Bontoala. Pada tahap pertama, yaitu tahap persiapan, dilakukan identifikasi kebutuhan melalui survei awal kepada pelaku UMKM di empat dusun yang terlibat. Survei ini bertujuan untuk mengetahui masalah spesifik yang dihadapi oleh pelaku UMKM, terutama dalam manajemen keuangan dan pemasaran digital. Selain itu, koordinasi dengan pemerintah desa dan organisasi masyarakat setempat penting untuk memastikan dukungan dan partisipasi aktif selama pelatihan berlangsung. Penyusunan materi pelatihan yang meliputi manajemen keuangan, pemasaran digital, dan platform e-commerce juga disiapkan dengan memperhatikan kebutuhan peserta.

Tahap berikutnya adalah sosialisasi program, di mana pengumuman tentang pelatihan dilakukan menggunakan berbagai media lokal, seperti baliho, selebaran, dan WhatsApp grup, untuk menjangkau masyarakat luas. Pendaftaran peserta dibuka baik secara langsung di kantor desa maupun melalui formulir digital untuk mempermudah akses bagi lebih banyak pelaku UMKM. Pada tahap ini, penting untuk memastikan informasi tentang program diterima dengan baik oleh target peserta, sehingga mereka dapat mendaftar dan ikut serta dalam pelatihan.

Pelaksanaan pelatihan dilakukan dengan metode tatap muka yang mengutamakan interaksi langsung. Dalam sesi ini, peserta mendapatkan materi terkait manajemen keuangan dan pemasaran digital, disertai dengan simulasi dan praktik langsung. Pelatihan ini tidak hanya memberikan teori, tetapi juga kesempatan bagi peserta untuk langsung mencoba mencatat keuangan menggunakan template yang disediakan serta membuat konten pemasaran digital dengan ponsel mereka. Pendampingan intensif juga dilakukan setelah pelatihan untuk membantu peserta mengimplementasikan pengetahuan yang didapatkan, melalui bimbingan individu atau kelompok dan monitoring perkembangan usaha mereka.

Sebagai bagian dari evaluasi, program ini melibatkan proses evaluasi secara berkala untuk memastikan bahwa pelaksanaan program sesuai dengan rencana dan memberikan dampak yang positif. Evaluasi dilakukan melalui kuesioner, wawancara, serta observasi langsung terhadap kemampuan peserta dalam mengelola keuangan dan aktivitas pemasaran digital. Selain itu, evaluasi

keberlanjutan program juga penting untuk menilai dampak jangka panjang terhadap kinerja UMKM, seperti peningkatan omzet dan akses pasar. Rencana tindak lanjut mencakup pembentukan komunitas belajar UMKM dan program pelatihan lanjutan untuk memperluas pengetahuan peserta di bidang lain yang mendukung pengembangan usaha mereka.

HASIL

Tabel 1. Tabel Hasil Pre-Test dan Post-Test Pelaksanaan Pengabdian

NO	Indikator	Skor Rata-rata Pre-Test	Skor Rata-rata Post-Test	Kenaikan (%)
1	Pemahaman tentang pentingnya pencatatan keuangan	45	85	88.89
2	Kemampuan membuat laporan keuangan sederhana	40	80	100
3	Pemahaman tentang pemisahan keuangan pribadi dan usaha	50	90	80
4	Pengetahuan tentang strategi pemasaran digital	30	80	166.67
5	Penggunaan media sosial untuk promosi produk	35	85	142.86
6	Penggunaan platform e-commerce	25	75	200
7	Tingkat kepercayaan diri dalam memasarkan produk secara digital	40	85	112.50
8	Kemampuan merancang strategi pemasaran berbasis digital	30	80	166.67
	Rata-rata Keseluruhan	37.14	82.86	123.17

Hasil survei menunjukkan peningkatan signifikan pada pemahaman dan keterampilan dasar manajemen keuangan. Sebelum pelatihan, skor rata-rata untuk indikator seperti pencatatan keuangan sederhana dan pemisahan keuangan pribadi dan usaha berada di bawah 50. Setelah pelatihan, skor ini meningkat hingga rata-rata 85. Hal ini mencerminkan bahwa pelatihan berhasil memberikan pemahaman yang kuat kepada peserta, terutama tentang pentingnya pengelolaan keuangan yang terstruktur untuk mendukung kelangsungan usaha mereka. Indikator terkait pemasaran digital menunjukkan lonjakan yang signifikan, dengan kenaikan skor hingga 200% pada penggunaan platform e-commerce. Awalnya, mayoritas pelaku UMKM di Desa Bontoala belum memahami atau memanfaatkan teknologi digital untuk promosi dan pemasaran. Namun, setelah pelatihan, kemampuan mereka dalam menggunakan media sosial dan platform e-commerce untuk memperluas jangkauan pasar meningkat tajam, yang menunjukkan keberhasilan pelatihan dalam mengatasi kesenjangan digital.

Pelatihan tidak hanya meningkatkan keterampilan teknis, tetapi juga meningkatkan tingkat kepercayaan diri peserta dalam mengelola usaha mereka. Sebelum pelatihan, skor kepercayaan diri dalam memasarkan produk secara digital hanya 40, namun meningkat menjadi 85 setelah pelatihan. Hal ini menandakan bahwa peserta merasa lebih siap untuk bersaing di pasar yang lebih luas dan memanfaatkan teknologi untuk mendukung strategi bisnis mereka.

Rata-rata kenaikan keseluruhan sebesar 123.17% menunjukkan bahwa pelatihan ini sangat efektif dalam meningkatkan keterampilan manajerial pelaku UMKM di Desa Bontoala. Dengan kemampuan baru ini, pelaku usaha dapat lebih profesional dalam mengelola keuangan dan memanfaatkan pemasaran digital, yang diharapkan akan meningkatkan daya saing dan pertumbuhan bisnis mereka di masa depan. Keberhasilan ini juga menegaskan pentingnya pelatihan dan pendampingan berkelanjutan untuk memberdayakan UMKM, khususnya di daerah pedesaan.

Peningkatan Keterampilan Manajerial Pelaku UMKM

Salah satu keberhasilan utama dari pelaksanaan program ini adalah peningkatan keterampilan manajerial pelaku UMKM, khususnya dalam manajemen keuangan dan pemasaran digital. Sebelum pelatihan, mayoritas peserta belum memahami pentingnya pencatatan keuangan sederhana, sehingga pengelolaan modal usaha mereka kurang efektif. Pelatihan ini memberikan pemahaman tentang pemisahan keuangan pribadi dan usaha, yang merupakan masalah umum di kalangan pelaku UMKM. Dengan memisahkan keuangan, peserta menjadi lebih mudah memantau keuntungan dan kerugian usaha mereka. Fauziah et al., (2020) menekankan bahwa peningkatan keterampilan dalam perencanaan bisnis dapat meningkatkan produktivitas dan keuntungan finansial pelaku UMKM. Pelatihan yang fokus pada perencanaan bisnis membantu pelaku usaha untuk merumuskan strategi yang jelas dan terukur dalam mengelola usaha mereka.

Melalui simulasi dan praktik langsung, peserta mampu menerapkan ilmu manajemen keuangan secara lebih terstruktur. Hal ini terlihat dari laporan peserta yang mulai menerapkan buku kas sederhana dalam usaha mereka. Di sisi lain, keterampilan pemasaran digital yang sebelumnya minim kini mengalami kemajuan pesat. Peserta diajarkan strategi promosi produk menggunakan media sosial dan e-commerce, yang langsung diimplementasikan dalam usaha mereka. Dengan adanya pelatihan ini, pelaku UMKM tidak hanya memahami teori, tetapi juga mampu mempraktikkan keterampilan manajerial yang relevan untuk meningkatkan efisiensi dan produktivitas usaha. Rozaki dan Paksi (2022) menunjukkan bahwa peningkatan pengetahuan dan keterampilan dalam memproduksi produk berkualitas serta pemasaran yang efektif sangat penting bagi UMKM. Keterampilan dalam menciptakan produk yang menarik dan memiliki kemasan yang baik dapat meningkatkan daya tarik produk di pasar, yang pada gilirannya dapat meningkatkan penjualan. Dampak langsung dari peningkatan keterampilan ini terlihat dari beberapa pelaku UMKM yang melaporkan peningkatan omzet dan cakupan pasar mereka setelah pelatihan selesai. Pelatihan pemasaran digital menjadi salah satu fokus utama karena digitalisasi membuka peluang besar bagi UMKM untuk berkembang. Sebelum pelatihan, sebagian besar peserta hanya memasarkan produk mereka secara tradisional.

Setelah pelatihan, peserta mulai memanfaatkan media sosial seperti Instagram dan WhatsApp Business untuk mempromosikan produk mereka. Beberapa peserta bahkan telah membuka akun di platform e-commerce untuk menjangkau pasar yang lebih luas. Penggunaan teknologi digital juga membantu pelaku UMKM menghemat biaya pemasaran. Oleh karena itu, pengembangan keterampilan bisnis berbasis digital menjadi penting untuk meningkatkan kinerja dan produktivitas UMKM. Pelatihan yang berfokus pada pemasaran digital dapat membantu pelaku UMKM untuk bersaing di pasar yang semakin kompetitif (Wiradharma et al., 2023). Dengan konten yang menarik dan strategi yang tepat, mereka dapat meningkatkan jangkauan promosi tanpa harus mengeluarkan biaya besar. Selain itu, pelatihan ini menanamkan pemahaman tentang pentingnya membangun merek (branding) melalui platform digital, yang menjadi salah satu faktor penentu daya saing di era digital. Beberapa peserta melaporkan bahwa dengan strategi pemasaran digital yang diajarkan, produk mereka tidak hanya dikenal di desa, tetapi juga mulai diminati oleh pelanggan dari daerah lain. Dengan penguasaan teknologi digital, pelaku UMKM kini memiliki alat baru untuk mengelola usaha mereka secara lebih efisien dan kompetitif, membuka peluang untuk pertumbuhan yang lebih besar.

Partisipasi dan Respons Peserta

Pelaksanaan pelatihan ini mendapatkan antusiasme tinggi dari pelaku UMKM di empat dusun di Desa Bontoala. Peserta sangat aktif dalam sesi pelatihan, baik dalam diskusi kelompok maupun simulasi. Respons peserta menunjukkan bahwa program ini relevan dengan kebutuhan mereka, terutama dalam menghadapi tantangan persaingan pasar yang semakin ketat. Banyak peserta menyatakan bahwa pelatihan ini memberikan solusi praktis untuk masalah yang mereka hadapi. Suherningtyas (2019) menekankan pentingnya literasi keuangan dan literasi digital dalam keberlanjutan bisnis UMKM. Keterampilan ini tidak hanya membantu pelaku UMKM dalam mengelola keuangan, tetapi juga dalam memanfaatkan teknologi untuk pemasaran dan operasional.

Antusiasme peserta juga tercermin dalam tingginya tingkat partisipasi dalam sesi pendampingan pascapelatihan. Peserta secara aktif berkonsultasi mengenai implementasi strategi yang telah diajarkan. Beberapa peserta menyebutkan bahwa pelatihan ini memberikan motivasi baru untuk mengembangkan usaha mereka. Mereka merasa lebih percaya diri dalam mengelola usaha dan menghadapi tantangan pasar. Kolaborasi dengan pemerintah desa dan organisasi masyarakat juga membantu meningkatkan partisipasi, karena adanya dukungan dari pihak lokal memberikan rasa kepemilikan terhadap program ini. Dengan tingginya partisipasi dan respons positif dari peserta, program ini berhasil menciptakan dampak yang tidak hanya langsung dirasakan, tetapi juga berpotensi berkelanjutan di masa depan.

Tantangan dan Solusi dalam Pelaksanaan Program

Salah satu tantangan utama dalam pelaksanaan program ini adalah perbedaan tingkat pendidikan dan literasi teknologi di antara peserta. Mengadakan pelatihan yang disesuaikan dengan tingkat pendidikan dan literasi teknologi pelaku UMKM. Pendekatan ini dapat membantu memastikan bahwa materi yang diajarkan relevan dan dapat dipahami oleh peserta (Oribel et al., 2022). Beberapa peserta memerlukan pendekatan yang lebih sederhana dalam memahami materi. Untuk mengatasi hal ini, materi pelatihan dirancang dengan bahasa yang mudah dipahami dan dilengkapi dengan praktik langsung agar peserta lebih mudah mengikuti. Video tutorial dan modul cetak juga disediakan sebagai panduan tambahan.

Kendala lainnya adalah keterbatasan infrastruktur digital di beberapa dusun, seperti jaringan internet yang tidak stabil. Keterbatasan infrastruktur digital, termasuk jaringan internet yang tidak stabil, menghambat pelaku UMKM dalam mengadopsi teknologi yang diperlukan untuk meningkatkan efisiensi operasional. Aini (2024). Hal ini membuat beberapa peserta kesulitan mengakses platform digital selama pelatihan. Sebagai solusi, pelatihan dilakukan secara tatap muka dengan perangkat pendukung yang disediakan oleh tim pelatih, sehingga peserta tetap bisa berlatih menggunakan teknologi meskipun infrastruktur digital terbatas.

Selain itu, keterbatasan waktu dan jadwal peserta juga menjadi tantangan, mengingat sebagian besar pelaku UMKM harus mengelola usaha mereka sehari-hari. Untuk itu, pelatihan dijadwalkan secara fleksibel agar tidak mengganggu aktivitas utama mereka. Dengan mengidentifikasi dan mengatasi tantangan ini, pelaksanaan program tetap berjalan lancar dan memberikan dampak yang maksimal bagi peserta.

Rencana Keberlanjutan dan Dampak Jangka Panjang

Untuk memastikan keberlanjutan program, dibentuk komunitas belajar UMKM di Desa Bontoala sebagai wadah diskusi dan berbagi pengalaman. Komunitas ini diharapkan dapat menjadi motor penggerak pengembangan usaha di desa. Rencana tindak lanjut juga meliputi program pelatihan lanjutan, seperti manajemen produksi, pengemasan, dan strategi branding, yang akan semakin melengkapi keterampilan manajerial peserta.

Pendampingan pascapelatihan terus dilakukan untuk memastikan peserta dapat mengimplementasikan ilmu yang telah dipelajari secara konsisten dalam usaha mereka. Memberikan pendampingan yang berkelanjutan untuk membantu pelaku UMKM menerapkan pengetahuan yang diperoleh dari pelatihan dalam praktik sehari-hari. Pendampingan ini dapat mencakup bantuan dalam penggunaan teknologi dan manajemen keuangan (Novitasari, 2022). Selain itu, peserta juga diarahkan untuk membangun jaringan dengan pelaku usaha sukses di daerah lain, sehingga mereka dapat belajar dari pengalaman praktis dan memperluas wawasan bisnis mereka. Dengan adanya peningkatan keterampilan dan jaringan, pelaku UMKM di Desa Bontoala diharapkan dapat meningkatkan daya saing mereka tidak hanya di tingkat lokal, tetapi juga regional. Dampak jangka panjang dari program ini diharapkan berupa peningkatan pendapatan masyarakat, pengurangan angka pengangguran, serta penguatan ekonomi desa secara keseluruhan.

KESIMPULAN

Pelaksanaan program pelatihan "Peningkatan Keterampilan Manajerial UMKM melalui Pelatihan Manajemen Keuangan dan Pemasaran Digital" di Desa Bontoala, Kecamatan Pallangga, Kabupaten Gowa, berhasil memberikan dampak positif yang signifikan. Peningkatan keterampilan peserta, terutama dalam manajemen keuangan dan pemasaran digital, menunjukkan bahwa pelatihan ini relevan dengan kebutuhan pelaku UMKM dalam menghadapi tantangan persaingan pasar. Pemahaman tentang pencatatan keuangan sederhana, pemisahan keuangan pribadi dan usaha, serta strategi pemasaran berbasis digital telah membantu peserta meningkatkan efisiensi dan efektivitas pengelolaan usaha mereka.

Program ini juga berhasil memperkenalkan teknologi digital kepada pelaku UMKM sebagai alat untuk meningkatkan jangkauan pasar dan daya saing produk. Pemanfaatan media sosial dan platform e-commerce menjadi salah satu keberhasilan pelatihan, dengan laporan dari peserta mengenai peningkatan omzet dan perluasan pasar. Tingkat kepercayaan diri peserta dalam mengelola usaha mereka juga meningkat, yang mencerminkan dampak program tidak hanya pada aspek teknis, tetapi juga aspek motivasi.

Keberhasilan ini didukung oleh pendekatan yang komprehensif, mulai dari tahap persiapan, pelaksanaan, hingga pendampingan pascapelatihan. Namun, tantangan seperti perbedaan tingkat literasi teknologi dan infrastruktur digital perlu terus diatasi melalui program berkelanjutan. Dengan membentuk komunitas belajar UMKM dan melanjutkan pendampingan, program ini diharapkan dapat menciptakan dampak jangka panjang berupa penguatan ekonomi lokal dan peningkatan kualitas hidup masyarakat di Desa Bontoala.

DAFTAR PUSTAKA

Mafaticha, A. and Andni, R. (2023). Swot analysis in the development strategy of lettuce farmer umkm (case study of umkm alam tani hidrofarm kudus). *Journal of Social Science Utilizing Technology*, 1(2), 77-85.

Nugroho, T. W. (2024). The influence of gender on the performance of village-owned enterprises in the province of east java, indonesia. *Habitat*, 35(1), 1-7.

Sarfiah, S. N., Atmaja, H. E., & Verawati, D. M. (2019). Umkm sebagai pilar membangun ekonomi bangsa. *Jurnal REP (Riset Ekonomi Pembangunan)*, 4(2), 1-189.

Oribel, F., Izaak, W. C., Eka, F. A., Mawarni, N. D., Rosyidah, F. I., & Putra, N. P. (2022). Optimalisasi media promosi digital sebagai strategi pemasaran wisata terpadu umkm kendangsari, surabaya. *Jurnal Pendidikan Dan Pengabdian Masyarakat*, 5(2), 175-181.

Irawan et al. (2020), Pemberdayaan Usaha Kecil Menengah (UKM) Melalui Implementasi E-

Commerce di Kelurahan Tlogomas, *Jurnal Solma*.

Suherningtyas, I. A. (2019). Analisis spasial persebaran usaha kecil menengah di kabupaten sleman daerah istimewa yogyakarta. *Jurnal Geografi*, 11(1), 101-107.

Pandey, N., Nayal, P., & Rathore, A. S. (2020). Digital marketing for b2b organizations: structured literature review and future research directions. *Journal of Business & Industrial Marketing*, 35(7), 1191-1204.

Febriyantoro, M. T. and Arisandi, D. (2019). The role of digital marketing in improving sales to smes in dealing with asean economic community. *Proceedings of the 2018 International Conference on Islamic Economics and Business (ICONIES 2018)*.

Fauziah, F., Nurfadillah, M., & Karhab, R. S. (2020). Meningkatkan produktivitas pelaku umkm melalui pelatihan perencanaan bisnis. *Jurnal Abdimas Mahakam*, 4(1), 37-43.

Rozaki, Z. and Paksi, A. K. (2022). Developing creative smes for improving village economic independence in terong ii, dlingo, bantul. *Abdimas Galuh*, 4(2), 695.

Wiradharma, G., Harsasi, M., & Arisanty, M. (2023). Kewirausahaan berbasis digital sebagai upaya pemberdayaan dan peningkatan produktivitas umkm di desa lulut. *Prosiding Seminar Nasional Pengabdian Kepada Masyarakat Universitas Terbuka*, 2, 209-222.

Aini, A. N., Safitri, E. N., Majalina, G., Abidin, M. Z., & Khoiriawati, N. (2024). Analisis peluang dan tantangan teknologi terhadap pemberdayaan umkm di indonesia. *SENTRI: Jurnal Riset Ilmiah*, 3(5), 2564-2571.

Oribel, F., Izaak, W. C., Eka, F. A., Mawarni, N. D., Rosyidah, F. I., & Putra, N. P. (2022). Optimalisasi media promosi digital sebagai strategi pemasaran wisata terpadu umkm kendangsari, surabaya. *Jurnal Pendidikan Dan Pengabdian Masyarakat*, 5(2), 175-181.