



PEMANFAATAN PROMOSI DIGITAL SEBAGAI STRATEGI PEMASARAN SERTA PENYUSUNAN LAPORAN KEUANGAN SEDERHANA PADA UMKM “DAPOER MALIKA” DI KELURAHAN KARANG JATI BALIKPAPAN

Ovigeria Subroto Sinaga¹, Hanna Dhea CE Siregar², Kristina Natalia³,
Stevani Chalista⁴, Rizky Novita Sari⁵

¹Sekolah Tinggi Ilmu Ekonomi MADANI Balikpapan, Email: ovigeria@stiemadani.ac.id

²Sekolah Tinggi Ilmu Ekonomi MADANI Balikpapan, Email: deasiregar607@gmail.com

³Sekolah Tinggi Ilmu Ekonomi MADANI Balikpapan, Email: natalialiakristina@gmail.com

⁴Sekolah Tinggi Ilmu Ekonomi MADANI Balikpapan, Email: stevanichalista@gmail.com

⁵Sekolah Tinggi Ilmu Ekonomi MADANI Balikpapan, Email: novi162004@gmail.com

*email koresponden: ovigeria@stiemadani.ac.id

DOI: <https://doi.org/10.62567/jpi.v2i1.1800>

Abstract

Micro, Small, and Medium Enterprises (MSMEs) are one of the foundations of the Indonesian economy. Their development is inextricably linked to the evolving trends in sales models. Currently, the use of social media as a digital marketing method is crucial in assisting MSMEs in expanding their market and increasing sales turnover. STIE MADANI Balikpapan, through community service activities, is attempting to bridge the need for digital marketing methods and financial record-keeping for MSMEs around Balikpapan through Innovation Development (PI) activities with students. The MSME in this time is located in Karang Jati Village, Balikpapan, namely the Dapoer Malika MSME. Dapoer Malika produces several types of snacks. The PI activity helps this MSME market its products through social media and assists in preparing financial records.

Keywords: MSME, Digital Marketing, Social Media, Bookkeeping.

Abstrak

Usaha Mikro Kecil dan Menengah (UMKM) merupakan salah satu pondasi perekonomian masyarakat Indonesia. Dalam perkembangannya UMKM tidak lepas dari tren model penjualan yang semakin berkembang. Saat ini penggunaan media sosial sebagai salah satu metode pemasaran secara digital adalah sangat penting dalam membantu pemasaran UMKM agar dapat memperluas pasar sekaligus dapat meningkatkan omset penjualan. STIE MADANI Balikpapan melalui kegiatan Pengabdian Kepada Masyarakat mencoba menjembatani kebutuhan metode pemasaran digital dan pencatatan keuangan kepada UMKM di sekitar kota Balikpapan melalui kegiatan Pengembangan Inovasi (PI) bersama mahasiswa. Obyek UMKM kali ini berada di Kelurahan Karang Jati, Balikpapan yaitu UMKM Dapoer Malika. Dapoer Malika memproduksi beberapa macam makanan kecil. Kegiatan PI membantu UMKM ini untuk memasarkan produknya melalui media sosial dan membantu penyusunan pencatatan keuangan.

Kata Kunci: UMKM, Pemasaran digital, Media Sosial, Pembukuan.



1. PENDAHULUAN

Perkembangan teknologi informasi yang pesat dalam beberapa tahun terakhir telah membawa perubahan besar terhadap cara masyarakat menjalankan usaha. Era digital telah menciptakan peluang baru bagi pelaku Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah (UMKM) untuk memperluas pasar dan meningkatkan daya saing melalui pemanfaatan media sosial dan platform digital lainnya. Dengan adanya internet, masyarakat dapat dengan mudah mencari informasi dengan cepat, dengan ini UMKM memiliki peluang yang baik untuk mempromosikan dan menjangkau konsumen. Namun, tidak semua pelaku UMKM mampu mengikuti perubahan ini, terutama mereka yang masih bergantung pada metode promosi dan pencatatan keuangan secara konvensional.

UMKM merupakan tulang punggung perekonomian daerah. Keberadaannya tidak hanya berkontribusi terhadap peningkatan pendapatan masyarakat, Dalam penelitian yang dilakukan oleh UMKM berperan sangat besar terhadap pertumbuhan ekonomi yang ada di Indonesia, dengan jumlah yang mencapai 99% dari seluruh unit usaha tersebut. Kontribusi UMKM untuk PDB juga mencapai 60,5% dan pada penyerapan tenaga kerja sebanyak 96,9% dari total penyerapan tenaga kerja nasional. Dalam sebuah studi yang dilakukan oleh McKinsey dan Company pada tahun 2019 menunjukkan bahwa hanya sekitar 25% UMKM di negara berkembang yang telah mengadopsi teknologi digital (May et al., 2024). Studi ini menunjukkan bahwa banyaknya UMKM yang tertinggal dalam hal digitalisasi meskipun memiliki potensi yang besar (Aqillah et al., 2024)

Pengelolaan keuangan merupakan kegiatan mengelola dana dalam kehidupan sehari-hari yang dilakukan oleh individu atau kelompok dengan tujuan memperoleh kesejahteraan, untuk mencapai kesejahteraan ini diperlukan pengelolaan dan pemahaman keuangan dengan baik agar dapat digunakan sesuai dengan kebutuhan (Aqillah et al., 2024). Dalam penelitian yang dilakukan oleh sebagian besar UMKM tidak menyusun buku besar dalam pengelolaan keuangan usaha mereka, pelaku UMKM juga tidak melakukan pencatatan dan pelaporan keuangan usaha, karena belum sama sekali mengetahuinya, dan juga mengatakan bahwa temuan ini menunjukkan bahwa pelaku UMKM yang masih berskala mikro belum melakukan pencatatan dan pelaporan keuangan sebagaimana mestinya.

Salah satu UMKM yang menghadapi tantangan tersebut adalah UMKM “Dapoer Malika” di Kelurahan Karang Jati, Kota Balikpapan. Usaha ini bergerak di bidang kuliner rumahan yang menjual berbagai jenis makanan olahan. Meskipun produknya memiliki cita rasa yang khas dan disukai pelanggan sekitar, pemasaran masih terbatas karena belum dikelola secara digital. Promosi dilakukan hanya dari mulut ke mulut, tanpa adanya media sosial yang aktif atau konten promosi yang menarik. Akibatnya, jangkauan pasar menjadi terbatas dan sulit menarik pelanggan baru.

Selain itu, dalam hal pengelolaan keuangan, pencatatan transaksi pada UMKM “Dapoer Malika” masih dilakukan secara manual tanpa sistem pembukuan yang jelas. Hal ini mengakibatkan kesulitan dalam mengetahui jumlah keuntungan, pengeluaran, dan perputaran



modal usaha. Padahal, pembukuan yang baik merupakan dasar penting bagi keberlanjutan dan pengembangan usaha, terutama jika ingin memperluas skala bisnis di masa depan.

Melihat kondisi tersebut, maka kegiatan Pengabdian Kepada Masyarakat STIE MADANI Balikpapan melalui program Pengembangan Inovasi (PI) mengambil tema “Pemanfaatan Promosi Digital sebagai Strategi Pemasaran dalam Meningkatkan Efektivitas dan Efisiensi Penyusunan Laporan Keuangan pada UMKM “Dapoer Malika” di Kelurahan Karang Jati Balikpapan.” Kegiatan ini bertujuan untuk membantu pelaku usaha memahami dan menerapkan strategi promosi digital yang efektif serta memberikan pendampingan dalam penyusunan laporan keuangan sederhana berbasis sistem digital.

Melalui kegiatan ini, diharapkan UMKM Dapoer Malika dapat meningkatkan kemampuan dalam mengelola promosi dan keuangan usahanya secara lebih modern, efisien, dan berkelanjutan. Selain itu, kegiatan ini juga menjadi pengalaman berharga bagi mahasiswa dalam menerapkan ilmu yang telah diperoleh di bangku kuliah ke dunia nyata, sekaligus memberikan kontribusi nyata bagi masyarakat sekitar.

Adapun luaran yang diharapkan dari kegiatan ini antara lain: Peningkatan kemampuan promosi digital antara lain:

- a. Pelaku UMKM mampu mengelola media sosial usaha dengan lebih profesional, membuat konten yang menarik, serta memanfaatkan platform digital sebagai sarana promosi utama untuk memperluas pasar.
- b. Tersusunnya sistem pembukuan sederhana dan teratur Pelaku usaha dapat menerapkan sistem pencatatan keuangan secara terstruktur menggunakan metode sederhana (baik manual maupun digital), sehingga lebih mudah memantau kondisi keuangan dan menentukan strategi bisnis ke depan.
- c. Peningkatan kesadaran akan pentingnya digitalisasi usaha. Pelaku UMKM memahami bahwa pemanfaatan teknologi dan sistem keuangan yang efisien merupakan bagian penting dari pengembangan bisnis yang berkelanjutan.
- d. Terjalinnya kerja sama yang baik antara mahasiswa, pelaku UMKM, dan pihak kelurahan. Kegiatan ini diharapkan dapat menjadi jembatan hubungan yang positif antara dunia akademik dan masyarakat, sekaligus mendukung program pemberdayaan ekonomi lokal melalui inovasi berbasis digital.

2. METODE PENGABDIAN

Kegiatan Pengabdian kepada Masyarakat melalui Pengembangan Inovasi (PI) ini dilaksanakan di UMKM “Dapoer Malika”, yang berlokasi di Kelurahan Karang Jati, Kecamatan Balikpapan Tengah, Kota Balikpapan. Pelaksanaan kegiatan dimulai pada tanggal 20 Agustus 2025 hingga 23 Oktober 2025 dengan total waktu kegiatan selama sembilan minggu.

Selama periode tersebut, kelompok melakukan kegiatan observasi, pendampingan, pelatihan promosi digital, serta pembuatan sistem pencatatan keuangan sederhana bagi pelaku UMKM.



Metode Pelaksanaan Kegiatan

Metode pelaksanaan pada kegiatan Pengembangan Inovasi ini dilakukan melalui beberapa tahapan yang meliputi kegiatan persiapan, pelaksanaan, dan pelaporan. Program ini bertujuan untuk membantu pelaku UMKM “Dapoer Malika” dalam mengembangkan usaha melalui peningkatan strategi pemasaran digital dan pencatatan keuangan sederhana.

Tahap Persiapan Kegiatan

1. Melakukan koordinasi awal dengan pihak Kelurahan Karang Jati untuk meminta izin pelaksanaan kegiatan Pengembangan Inovasi serta menyerahkan surat pengantar dari kampus.
2. Melakukan diskusi dengan pihak kelurahan dan koordinator UMKM Ibu Diana untuk menentukan pelaku UMKM yang akan didampingi.
3. Menetapkan “Dapoer Malika” sebagai objek kegiatan setelah mendapatkan rekomendasi dari pihak kelurahan.
4. Melakukan wawancara awal dengan pemilik UMKM Ibu Hadar guna mengidentifikasi profil usaha, produk, serta permasalahan yang dihadapi terutama dalam bidang pemasaran dan pengelolaan keuangan.

Tahap Pelaksanaan Kegiatan

1. Pendampingan Keuangan Sederhana
 - Membantu pelaku UMKM dalam menyusun laporan keuangan sederhana untuk mencatat biaya produksi, pengeluaran, dan laba bersih.
 - Memberikan pemahaman pentingnya pembukuan sebagai dasar pengambilan keputusan usaha.
2. Pendampingan Strategi Branding dan Pemasaran Digital
 - Melakukan pemotretan ulang produk (kacang coklat, keripik tempe, dan pastel abon ikan tuna) untuk memperbarui konten promosi di media sosial agar lebih menarik dan profesional.
 - Memberikan saran mengenai strategi promosi digital, seperti pengelolaan akun Instagram dan peningkatan daya tarik visual produk.
3. Pemasangan Spanduk dan Tanda Pengarah Jalan
 - Memasang spanduk dan papan petunjuk arah menuju lokasi UMKM “Dapoer Malika” agar pelanggan lebih mudah menemukan lokasi usaha.
 - Kegiatan ini juga menjadi bagian dari peningkatan brand visibility bagi UMKM.
4. Evaluasi dan Pelaporan
 - Melakukan evaluasi bersama pemilik UMKM mengenai hasil pendampingan dan efektivitas perubahan yang diterapkan.
 - Menyusun laporan akhir kegiatan untuk diserahkan kepada kampus dan pihak kelurahan.

Tahap Pelaporan

Tahap ini dilakukan dengan menyusun laporan kegiatan Pengembangan Inovasi yang berisi seluruh hasil pelaksanaan, dokumentasi kegiatan, dan evaluasi terhadap hasil



pendampingan. Laporan diserahkan kepada STIE Madani Balikpapan sebagai bentuk pertanggungjawaban pelaksanaan program.

3. HASIL DAN PEMBAHASAN

a. Gambaran Umum Objek Pengembangan Inovasi

Kelurahan Karang Jati

Kelurahan Karang Jati merupakan salah satu kelurahan di Kecamatan Balikpapan Tengah, Kota Balikpapan, Provinsi Kalimantan Timur. Wilayah ini dikenal memiliki masyarakat yang aktif dalam kegiatan ekonomi skala kecil dan menengah. Banyak warganya menjalankan usaha mandiri di bidang kuliner, jasa, dan perdagangan.

Letaknya yang strategis dan dekat dengan kawasan perkotaan membuat Kelurahan Karang Jati menjadi salah satu wilayah dengan potensi UMKM yang cukup tinggi. Namun, sebagian besar pelaku usaha di daerah ini masih menjalankan bisnisnya secara konvensional dan belum sepenuhnya memanfaatkan teknologi digital dalam kegiatan promosi maupun pencatatan keuangan.

UMKM “Dapoer Malika”

UMKM “Dapoer Malika” merupakan usaha rumahan yang bergerak di bidang kuliner, khususnya makanan olahan dan jajanan tradisional. Usaha ini dijalankan oleh Ibu Siti Hadar, seorang pelaku UMKM yang memiliki keterampilan dalam membuat aneka menu rumahan yang disukai masyarakat sekitar.

Meskipun produk yang dihasilkan memiliki cita rasa yang baik dan cukup diminati, promosi masih dilakukan secara sederhana, yakni melalui pelanggan tetap dan rekomendasi dari mulut ke mulut. Selain itu, pencatatan keuangan masih dilakukan secara manual tanpa sistem yang teratur, sehingga sulit bagi pemilik usaha untuk mengetahui kondisi keuangan secara pasti.

b. Pelaksanaan Kegiatan

Kegiatan Pengembangan Inovasi (PI) dilaksanakan mulai tanggal 20 Agustus 2025 sampai 23 Oktober 2025 di Kelurahan Karang Jati, Balikpapan. Objek kegiatan adalah UMKM Dapoer Malika, usaha milik Ibu Siti Hadar yang bergerak di bidang produksi makanan ringan seperti kacang coklat, keripik tempe, dan pastel abon. Adapun pelaksanaan kegiatan Pengembangan Inovasi dilakukan melalui beberapa tahapan berikut:

1. Kunjungan ke Kelurahan Karang Jati untuk Perizinan PI

Tahap pertama dilakukan dengan mengunjungi Kantor Kelurahan Karang Jati bersama dosen pembimbing Bapak Ovigeria Subroto Sinaga, SE., M.Si. Kegiatan ini bertujuan untuk menjelaskan maksud dan tujuan program, serta menyerahkan surat pengantar dari kampus. Pihak kelurahan menerima dengan baik dan memberikan surat izin resmi untuk pelaksanaan kegiatan Pengembangan Inovasi di wilayah tersebut.

**Gambar 1. Perizinan Kelurahan****c. Penentuan Objek UMKM**

Pada kunjungan berikutnya, mahasiswa PI melakukan pertemuan dengan Bapak Lukman dan Ibu Diana selaku koordinator UMKM. Setelah berdiskusi mengenai beberapa pelaku usaha di sekitar Kelurahan Karang Jati, pihak kelurahan merekomendasikan UMKM “Dapoer Malika” sebagai objek pendampingan karena usaha tersebut dinilai memiliki potensi besar namun masih menghadapi kendala dalam pemasaran digital dan pengelolaan keuangan.

**Gambar 2. Koordinasi dengan Pihak Kelurahan****d. Kunjungan Perdana ke UMKM “Dapoer Malika”**

Kegiatan dilanjutkan dengan melakukan kunjungan perdana ke UMKM “Dapoer Malika” untuk berkenalan dengan pemilik usaha, Ibu Hadar, sekaligus melakukan wawancara mengenai usaha yang dijalankan. Dalam pertemuan tersebut, tim menanyakan tentang latar



belakang usaha, jenis produk yang dijual, modal awal, serta kendala yang dihadapi selama menjalankan bisnis.



Gambar 3. Pertemuan dengan UMKM Dapoer Malika

Dari hasil wawancara diketahui bahwa UMKM “Dapoer Malika” menghadapi beberapa kendala utama, yaitu:

- 1) Strategi pemasaran online yang belum berjalan secara optimal.
- 2) Pengelolaan keuangan yang masih dilakukan secara sederhana tanpa pencatatan rinci.
- 3) Kurangnya tanda pengenalan usaha sehingga pelanggan kesulitan menemukan lokasi.

e. Pendampingan Kepada Pelaku UMKM

Setelah melakukan pengenalan dan diskusi dengan Ibu Siti Hadar selaku pemilik usaha, kami menemukan adanya peluang untuk dilakukan Pengembangan Inovasi (PI) kepada UMKM beliau, yaitu Dapoer Malika.

Fokus utama pendampingan yang kami lakukan adalah pada dua hal, yaitu peningkatan branding usaha dan pembuatan laporan keuangan sederhana. Kegiatan pengabdian kepada masyarakat ini dilakukan dalam bentuk pendampingan peningkatan branding dan pembukuan sederhana untuk UMKM “Dapoer Malika”. Kami menyusun beberapa program kerja (proker) untuk mendukung kegiatan tersebut, yaitu:

- 1) Meningkatkan branding usaha melalui pembuatan dan pemasangan spanduk serta tanda pengarah jalan agar lokasi usaha mudah ditemukan oleh pelanggan dan terlihat lebih profesional.
- 2) Memperbarui tampilan promosi produk melalui kegiatan pemotretan ulang produk untuk digunakan dalam media sosial Dapoer Malika agar lebih menarik dan informatif.
- 3) Memberikan pemahaman kepada pemilik UMKM mengenai pentingnya melakukan pembukuan atau pencatatan keuangan secara rutin sebagai dasar pengambilan keputusan dalam usaha.



- 4) Membimbing proses pencatatan transaksi keuangan dan langkah-langkah dalam menyusun laporan keuangan sederhana, mulai dari mencatat pengeluaran, biaya produksi, hingga hasil penjualan.
- 5) Membantu membuat format laporan keuangan sederhana yang mudah digunakan oleh pelaku UMKM untuk memantau modal, biaya, dan laba setiap minggu.

Tujuan pendampingan ini adalah untuk membantu Dapoer Malika dalam meningkatkan branding usaha dan pengelolaan keuangan agar lebih teratur serta mudah dipantau. Adapun produk yang dihasilkan oleh UMKM “Dapoer Malika” antara lain:

- 1) Kacang Coklat
- 2) Keripik Tempe
- 3) Pastel Abon

Kendala utama yang dihadapi oleh pelaku UMKM ini adalah kurangnya kemampuan dalam mengelola promosi secara digital dan belum adanya sistem pencatatan keuangan yang terstruktur. Hal ini dapat dimaklumi karena sebagian besar pelaku UMKM belum terbiasa menggunakan media sosial sebagai sarana pemasaran dan belum memahami manfaat pembukuan yang rapi.

Oleh karena itu, kami memperkenalkan dan memberikan contoh penerapan laporan keuangan sederhana yang mudah digunakan secara manual, agar “Dapoer Malika” dapat mengontrol keuangan dan perkembangan usaha dengan lebih baik.



Gambar 4. Foto Produk UMKM “Dapoer Malika”

f. Pemasangan Spanduk kepada Pelaku UMKM

Pemasangan spanduk merupakan salah satu strategi promosi yang efektif bagi UMKM Dapoer Malika dalam mengenalkan usaha dan produk yang ditawarkan kepada masyarakat. Spanduk digunakan sebagai media informasi yang mudah dilihat oleh masyarakat, baik yang berada di sekitar lokasi usaha maupun yang melintas di jalan-jalan strategis. Dalam kegiatan ini, spanduk dipasang di depan rumah pemilik usaha serta di beberapa titik pengarah jalan agar calon pelanggan dapat dengan mudah menemukan UMKM “Dapoer Malika”.



Spanduk yang dipasang didesain dengan informasi yang jelas, mencakup nama usaha, jenis produk, dan petunjuk arah lokasi. Hal ini membantu meningkatkan visibilitas usaha sekaligus mempermudah masyarakat mengenal dan mengingat keberadaan UMKM “Dapoer Malika”. Pemasangan spanduk di tempat strategis seperti di persimpangan jalan atau di depan rumah memiliki peran penting dalam menarik perhatian calon pelanggan dan mempromosikan produk secara langsung.

Selain itu, kegiatan pemasangan spanduk juga memberikan pengalaman praktis bagi Mahasiswa PI dalam merencanakan dan mengeksekusi promosi visual yang efektif. Proses ini melibatkan penentuan lokasi strategis, pemilihan ukuran spanduk yang sesuai, serta pemasangan agar terlihat rapi dan tahan lama. Dengan adanya spanduk pengarah jalan dan di depan rumah, diharapkan usaha UMKM “Dapoer Malika” dapat lebih mudah dijangkau oleh masyarakat, meningkatkan kunjungan pelanggan, dan mendukung pertumbuhan usaha secara bertahap.



Gambar 5. Pemasangan Spanduk pada UMKM

g. Pengenalan Laporan Keuangan Kepada UMKM

Pengenalan laporan keuangan kepada pelaku UMKM merupakan suatu strategi yang kami kenalkan untuk membantu penyusunan laporan keuangan sederhana seperti laba rugi yang menunjukkan pendapatan dan beban sehingga dapat diketahui laba atau rugi usaha, pengenalan laporan keuangan ini di harapkan dapat memberikan gambaran yang jelas tentang kondisi usaha, dengan pemahaman dan penerapan laporan keuangan yang baik, diharapkan “Dapoer Malika” dapat lebih mudah mengelola keuangan, dan memantau pertumbuhan usaha.



Gambar 6. Pengenalan dan Contoh Laporan Keuangan Sederhana

h. Pembuatan Whatsapp Bisnis dan Pengenalan Promosi Berbayar Whatsapp

Kegiatan ini dimulai dengan pengenalan dan pembuatan akun whatsapp bisnis, sebagai alat komunikasi penunjang pelaku UMKM yang efisien. Tahap pertama adalah mengunduh aplikasi whatsapp bisnis di playstore, kemudian melakukan registrasi dengan nomor telepon bisnis yang digunakan oleh pelaku UMKM, selanjutnya kami melakukan registrasi dengan nomor telepon yang digunakan UMKM dan melengkapi profil bisnis secara lengkap, termasuk nama bisnis, kategori usaha, alamat, jam operasional, foto profil, serta keterangan produk atau layanan yang ditawarkan. Yang bertujuan agar akun whatsapp bisnis terverifikasi dan terlihat profesional

Selanjutnya, diberikan pemahaman tentang promosi berbayar melaluo whatsapp bisnis yang biasanya menggunakan iklan berbayar yang akan terhubung dengan Facebook dan Instagram yang akan langsung terhubung dengan whatsapp bisnis. Pembuatan link untuk menghubungkan akun whatsapp bisnis pelaku UMKM agar memudahkan pelanggan menghubungi pelaku usaha, dan strategi ini memaksimalkan fitur promosi untuk meningkatkan jangkauan pasar dan penjualan produk

Adanya kegiatan ini bertujuan membekali pelaku UMKM “Dapoer Malika” dengan keterampilan digital marketing dasar melalui whatsapp bisnis, sehingga mampu mengoptimalkan komunikasi, promosi, dan pelayanan pelanggan secara efisien.



Gambar 7. Pembuatan Whatsapp Bisnis dan Pengenalan Promosi Berbayar Whatsapp

4. KESIMPULAN

Kegiatan Pengembangan Inovasi (PI) yang dilaksanakan di Kelurahan Karang Jati berjalan dengan lancar dan mendapatkan sambutan positif dari masyarakat. Pelaku UMKM “Dapoer Malika” menyambut kehadiran kami dengan ramah, serta menunjukkan dukungan yang kuat terhadap setiap rangkaian kegiatan PI. Dalam kesempatan tersebut, kami juga mendapatkan pengetahuan baru mengenai proses pembuatan produk seperti kacang coklat, pastel abon, dan kripik tempe. Antusias warga Kelurahan Karang Jati pun sangat tinggi dalam mengikuti seminar bertema “Promosi Digital dan Keuangan Cerdas: Kunci UMKM Naik Kelas”. Melalui kegiatan pendampingan dan seminar ini, diharapkan para pelaku dan calon UMKM dapat memperoleh pemahaman yang lebih baik mengenai strategi promosi digital serta pengelolaan keuangan dalam menjalankan usahanya. Selain memberi dampak bagi masyarakat dan pelaku UMKM, kegiatan ini juga menjadi sarana pembelajaran bagi kami untuk menerapkan ilmu secara langsung dilapangan, mengasah kemampuan komunikasi dan kerja sama tim, serta memperluas pemahaman mengenai pengembangan UMKM dilingkungan masyarakat.

Secara umum, pelaksanaan kegiatan Pengembangan Inovasi (PI) mendapat tanggapan baik dari para pelaku UMKM di Kelurahan Karang Jati. Mereka cukup antusias dan berpartisipasi dalam kegiatan yang dilaksanakan. Hal ini menunjukkan bahwa kegiatan PI memberikan manfaat bagi pelaku usaha di wilayah tersebut. Namun, dalam pelaksanaannya, kelompok PI masih menghadapi beberapa kendala yang perlu diperhatikan agar kegiatan berikutnya dapat berjalan lebih baik, Meskipun kegiatan sudah terlaksana dengan baik dan sesuai rencana, terdapat beberapa hambatan yang muncul, antara lain: Keterbatasan dana, merupakan salah satu hambatan utama dalam pelaksanaan kegiatan Pengembangan Inovasi (PI). Semua kebutuhan biaya berasal dari sumbangan pribadi masing-masing anggota kelompok. Dengan kondisi tersebut kelompok (PI) perlu menyesuaikan rencana kegiatan dengan kemampuan dana yang ada agar seluruh program tetap dapat berjalan dengan baik.



Diharapkan untuk pembaca, terutama mahasiswa yang nantinya akan melanjutkan kegiatan Pengembangan Inovasi (PI), agar bisa menjalin kerja sama yang baik dengan pihak Kelurahan Karang Jati dan para pelaku UMKM yang akan dibimbing. Berikan pendampingan secara maksimal dengan menyampaikan ide-ide inovatif yang bermanfaat, supaya hasil yang dicapai bisa sesuai dengan kebutuhan serta membantu perkembangan usaha para pelaku UMKM juga bisa mendapatkan pemahaman yang lebih baik tentang cara mempromosikan usaha secara digital dan mengelola keuangan dengan baik agar usahanya bisa terus berkembang.

5. DAFTAR PUSTAKA

- Amanah, S. N., & Yuliana, L. (2025). Strategi Digital Marketing dalam Meningkatkan Penjualan Produk Lokal Daintys Handmade.
- Aqillah, M., Zidna, S., Nikhal, Z., Puspita, A., & Neuneu, D. (2024). Penerapan Digital Marketing Sebagai Strategi Pemasaran Untuk Meningkatkan Daya Saing UMKM. 2(1), 109–118.
- Diva Fisca Fitriana. (2025). Strategi Digital Marketing Melalui Sosial Media untuk Meningkatkan Branding pada CV . Arbain Jaya Mandiri. 3(1), 92–99.
- Dr. E. Diwayana Putri Nasution, S.E., M. S. (n.d.). Keterkaitan UMKM Dalam Mengurangi Kemiskinan.
- Farisi, S. Al, Fasa, dan M. I., & Suharto. (2022). PERAN UMKM (USAHA MIKRO KECIL MENENGAH) DALAM MENINGKATKAN KESEJAHTERAAN MASYARAKAT. 9(1), 73–84.
- Hermayanti, C. P. (2025). Analisis Peran Digital Marketing dan Pembukuan Sederhana untuk Meningkatkan Pendapatan pada UMKM. 2(3), 190–202.
- Khafid Ismail, M. R. dan D. A. P. P. (2023). Peranan UMKM dalam Penguatan Ekonomi Indonesia Oleh: (Pendidikan Ekonomi, Fakultas Ilmu Pendidikan, Universitas Nurul Huda). 7, 208–217. <https://doi.org/10.31851/neraca.v7i2.14344>
- May, A., Saputri, I., & Fasa, M. I. (2024). Strategi Digital Marketing Untuk Meningkatkan Daya Saing UMKM Digital Marketing Strategy To Improve UMKM Competitiveness. November, 7388–7398.
- Mokodompit, M. R., & Utami, E. S. (2025). Optimalisasi Pencatatan Keuangan dan Promosi Digital Sebagai Solusi Permasalahan Operasional. 5(September).
- Rahmadhani, S., Salim, N., & Rozak, H. A. (2025). Pendampingan Penyusunan Laporan Keuangan Sederhana UMKM. 3(4), 445–452.
- Syamsul. (2022). Analisis pencatatan dan pelaporan keuangan umkm di kota palu. 10(1), 33–42.
- Tambunan, N. A. H. dan K. (2022). UMKM dan Pembangunan. 2(2), 2–9.
- Zaman, D., Djaniar, U., Amalia, M. M., & Patria, N. (2025). PERMODALAN. 6(3), 4780–4785.
- Zia, H. (2020). PENGATURAN PENGEMBANGAN UMKM DI INDONESIA Halida Zia RINGKASAN Pembangunan nasional berdasarkan konstitusi negara Indonesia yakni terdapat dalam Pasal 33 UUD 1945 tentang demokrasi ekonomi . Salah satunya adalah ekonomi kerakyatan yang dapat berkembang me. 1(1).