

Peningkatan kapasitas UMKM melalui Edukasi *Digital Marketing* dan Pengelolaan Keuangan pada pelaku UMKM

Fastabiqul Khoiroh¹, Achmad Wicaksono^{1*}, Bagus Nurmantyas², Kholifatur Rosyidah³, Zahra Adinda Yahya³, M. Ahdal Sidqulloh Amin³, M. Afrizal Agastya Rahmad³, Taqwanur⁴

¹Program Studi Akuntansi, Universitas Nahdlatul Ulama Sidoarjo, Indonesia;

²Program Studi Pendidikan Bahasa Inggris, Universitas Nahdlatul Ulama Sidoarjo, Indonesia;

³Program Studi Manajemen, Universitas Nahdlatul Ulama Sidoarjo, Indonesia;

⁴Program Studi Teknik Industri, Universitas Nahdlatul Ulama Sidoarjo, Indonesia.

Abstrak

Program Pengabdian kepada Masyarakat (PKM) ini dilaksanakan untuk meningkatkan kapasitas pelaku Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah (UMKM) di Desa Sarirogo, khususnya dalam pemanfaatan digital marketing dan pengelolaan keuangan usaha. Tujuan utama kegiatan ini adalah membantu pelaku usaha memperluas jangkauan pasar melalui media digital serta menumbuhkan kesadaran akan pentingnya pencatatan keuangan yang rapi dan terstruktur. Metode yang digunakan meliputi survei pendahuluan untuk pemetaan kebutuhan, pelatihan intensif dalam bentuk *workshop*, serta pendampingan langsung dengan praktik penggunaan media sosial dan aplikasi pencatatan keuangan sederhana. Kegiatan ini dirancang secara partisipatif dengan melibatkan narasumber dari bidang pemasaran digital dan keuangan mikro, serta diakhiri dengan evaluasi dan monitoring tindak lanjut. Hasil kegiatan menunjukkan adanya perubahan positif pada pelaku UMKM. Peserta mulai berani memanfaatkan platform digital seperti Instagram, WhatsApp Business, dan TikTok untuk memasarkan produk mereka. Selain itu, sebagian besar peserta juga mulai menerapkan pencatatan transaksi menggunakan aplikasi "Buku Warung" sehingga pengelolaan keuangan menjadi lebih transparan. Secara keseluruhan, program ini berhasil meningkatkan keterampilan teknis sekaligus pola pikir pelaku usaha menuju praktik bisnis yang lebih modern, profesional, dan berdaya saing.

Kata kunci

Digital marketing; Pemberdayaan masyarakat; Pengelolaan keuangan; UMKM

Abstract

This Community Service Program (PKM) was implemented to improve the capacity of Micro, Small, and Medium Enterprises (MSMEs) in Sarirogo Village, particularly in utilizing digital marketing and managing business finances. The main objective of this activity was to help entrepreneurs expand their market reach through digital media and raise awareness of the importance of neat and structured financial records. The methods

Korespondensi
Achmad Wicaksono
wicaksono405.akn@unusida.ac.id

used included a preliminary survey to map needs, intensive training in the form of workshops, and direct mentoring with practical use of social media and simple financial recording applications. This activity was designed in a participatory manner, involving resource persons from the fields of digital marketing and microfinance, and concluded with evaluation and follow-up monitoring. The results of the activity showed positive changes in MSMEs. Participants began to boldly utilize digital platforms such as Instagram, WhatsApp Business, and TikTok to market their products. In addition, most participants also began implementing transaction recording using the "Buku Warung" application, thus increasing financial management transparency. Overall, this program successfully improved the technical skills and mindset of entrepreneurs towards more modern, professional, and competitive business practices.

Keywords

Digital marketing; Community empowerment; Financial management; MSMEs

Pendahuluan

Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah (UMKM) merupakan salah satu sektor terpenting dalam perekonomian Indonesia. Berdasarkan data Kementerian Koperasi dan UKM (2025), jumlah UMKM di Indonesia mencapai lebih dari 64 juta unit usaha yang tersebar di seluruh wilayah, baik di perkotaan maupun pedesaan. Kontribusi UMKM terhadap perekonomian nasional sangat signifikan, yaitu sekitar 61% terhadap Produk Domestik Bruto (PDB) dan menyerap lebih dari 97% tenaga kerja. Data ini sejalan dengan laporan Badan Pusat Statistik (BPS, 2023) yang menegaskan bahwa UMKM berperan besar dalam menjaga pertumbuhan ekonomi, terutama pada masa pemulihan pasca pandemi.

Selain memberikan kontribusi ekonomi, UMKM memiliki peran sosial sebagai penggerak ekonomi lokal, penyedia lapangan kerja, serta sarana pemerataan pendapatan dan pembangunan masyarakat di daerah (Gobal, Allo and Duryana, 2024). Karakteristik UMKM di Indonesia cenderung berbasis keluarga, menggunakan modal terbatas, serta memiliki fleksibilitas tinggi dalam beradaptasi dengan dinamika pasar. Keunggulan inilah yang membuat UMKM mampu bertahan bahkan saat krisis ekonomi global, sekaligus menjadi tulang punggung ekonomi nasional.

Era digitalisasi telah mengubah lanskap bisnis secara fundamental, menciptakan paradigma baru dalam cara berbisnis dan berinteraksi dengan konsumen. Perubahan menuju era digital bukan hanya dirasakan oleh perusahaan besar, melainkan juga membawa kesempatan dan tantangan baru bagi UMKM (Aflagaly, Kusumowati and Listyowati, 2025). Di Indonesia, UMKM memiliki peran strategis sebagai tulang punggung perekonomian nasional dengan kontribusi mencapai lebih dari 60% terhadap Produk Domestik Bruto dan menyerap sekitar 97% tenaga kerja. Keberadaan 64,2 juta unit UMKM di seluruh Indonesia menunjukkan potensi ekonomi yang sangat besar yang perlu terus diberdayakan dan dikembangkan.

Namun, transformasi digital pada sektor UMKM di Indonesia masih menghadapi berbagai tantangan kompleks (Khamdi, 2025). Kementerian Koperasi dan UKM mencatat melalui surveinya bahwa pemanfaatan platform digital untuk pemasaran oleh UMKM masih rendah, hanya sekitar 13%. Kesenjangan digital ini disebabkan oleh berbagai faktor, antara lain keterbatasan pengetahuan teknologi, kurangnya akses terhadap infrastruktur digital, serta minimnya keterampilan dalam pengelolaan bisnis modern. Padahal, di era pandemi COVID-19 dan pasca pandemi, kemampuan adaptasi terhadap teknologi digital menjadi faktor kunci keberlangsungan dan pertumbuhan usaha (Fadillah and Fasa, 2021).

Dusun Luwung, Desa Sarirogo, yang terletak di wilayah pedesaan, memiliki karakteristik yang unik dengan potensi UMKM yang cukup beragam. RT 09 RW 02 sebagai salah satu wilayah dengan konsentrasi usaha mikro yang tinggi, menunjukkan dinamika ekonomi lokal yang menarik untuk dikaji dan dikembangkan. Jenis usaha yang berkembang di wilayah ini meliputi usaha kuliner tradisional seperti kerupuk, emping, dan makanan ringan.

Observasi awal yang dilakukan melalui survei lapangan dan wawancara mendalam dengan pelaku usaha mikro di RT 09 RW 02 Dusun Luwung menunjukkan beberapa permasalahan mendasar. Sebagian besar pelaku usaha mikro masih memasarkan produknya dengan cara tradisional, seperti menjual di pasar, menawarkan dari rumah ke rumah, atau menitipkan di warung sekitar. Pola ini membuat jangkauan pasar menjadi terbatas dan sangat bergantung pada konsumen lokal. Kedua, sistem pengelolaan keuangan yang diterapkan masih sangat sederhana, bahkan cenderung informal, dengan

pencampuran antara keuangan pribadi dan usaha yang dapat mengganggu analisis kinerja bisnis dan perencanaan pengembangan usaha. Ketiga, tingkat literasi digital di kalangan pelaku usaha mikro masih rendah, terutama di kalangan generasi yang lebih tua yang mendominasi sektor ini. Banyak pelaku usaha yang memiliki smartphone namun belum mampu memanfaatkannya secara optimal untuk keperluan bisnis. Keempat, akses terhadap informasi pasar, tren konsumen, dan strategi pengembangan usaha masih sangat terbatas, sehingga inovasi produk dan layanan berjalan lambat. Kelima, kurangnya pemahaman tentang pentingnya dokumentasi keuangan yang baik berdampak pada kesulitan mengakses permodalan dari lembaga keuangan formal.

Pemasaran digital terbukti menjadi cara yang efektif untuk membantu UMKM bersaing di era sekarang. Melalui media sosial seperti Instagram, WhatsApp Business, serta marketplace seperti Shopee, Tokopedia, dan TikTok, pelaku usaha mikro dapat memperluas pasar mereka dengan biaya yang relatif terjangkau. Keunggulan digital marketing antara lain kemampuan targeting yang presisi, interaksi langsung dengan konsumen, analisis data yang real-time, serta fleksibilitas dalam penyesuaian strategi pemasaran (Prasetyaningrum and Sudalyo, 2024).

Sementara itu, pengelolaan keuangan yang baik merupakan fondasi penting dalam keberlangsungan dan pengembangan usaha. Sistem pencatatan keuangan yang sistematis tidak hanya membantu pelaku usaha memahami kondisi keuangan bisnis mereka, tetapi juga menjadi dasar untuk pengambilan keputusan strategis, perencanaan ekspansi, dan akses terhadap sumber pembiayaan eksternal (Betanika Nila Nirbita *et al.*, 2025). Penelitian menunjukkan bahwa UMKM dengan sistem pengelolaan keuangan yang baik memiliki tingkat pertumbuhan yang lebih stabil dan tingkat keberlanjutan yang lebih tinggi.

Pentingnya integrasi antara strategi *digital marketing* dan pengelolaan keuangan yang efektif menjadi semakin relevan dalam konteks persaingan bisnis yang ketat. UMKM yang mampu memanfaatkan teknologi digital untuk pemasaran sekaligus menerapkan sistem pengelolaan keuangan yang profesional akan memiliki keunggulan kompetitif yang signifikan (Oktaviana Rizki *et al.*, 2025). Hal ini tidak hanya berdampak pada peningkatan omzet dan profitabilitas, tetapi juga pada kemampuan beradaptasi dengan perubahan kondisi pasar dan ekonomi.

Berdasarkan analisis situasi dan kebutuhan tersebut, program pengabdian masyarakat dengan tema "Peningkatan Kapasitas Usaha Mikro melalui Edukasi *Digital Marketing* dan Pengelolaan Keuangan" dirancang sebagai respons konkret terhadap permasalahan yang dihadapi pelaku usaha mikro di RT 09 RW 02 Dusun Luwung, Desa Sarirogo. Program ini bertujuan untuk memberikan edukasi komprehensif dan pendampingan praktis kepada para pelaku usaha mikro dalam mengimplementasikan strategi digital marketing yang efektif dan sistem pengelolaan keuangan yang terstruktur.

Pengabdian masyarakat di Sidoarjo berupa lomba edukatif (Maulah *et al.*, 2026) dan penataan nomor rumah (Musfiro, Zaki and Rizqi, 2026) telah dilaksanakan. Namun, kegiatan pengabdian tentang peningkatan kapasitas UMKM melalui edukasi *digital marketing* dan pengelolaan keuangan pada pelaku UMKM masih relatif terbatas. Oleh karena itu, kegiatan ini bertujuan untuk meningkatkan kapasitas dan daya saing usaha mikro lokal melalui pemanfaatan teknologi digital dan penerapan praktik pengelolaan keuangan yang lebih profesional. Secara spesifik, program ini diharapkan dapat meningkatkan literasi digital pelaku usaha mikro, memfasilitasi adopsi *platform digital* untuk pemasaran, mengembangkan kemampuan pengelolaan keuangan yang sistematis, serta mendorong pertumbuhan omzet dan profitabilitas usaha. Melalui pendekatan yang partisipatif dan berkelanjutan, program ini diharapkan dapat memberikan dampak positif yang *measurable* terhadap pengembangan ekonomi lokal dan peningkatan kesejahteraan masyarakat di wilayah sasaran.

Metode

Kegiatan pengabdian kepada masyarakat bertajuk "Peningkatan Kapasitas UMKM melalui Edukasi Pemasaran Digital dan Pengelolaan Keuangan di Desa Sarirogo, Sidoarjo" dilaksanakan di Dusun Luwung, RT 09 RW 02, Desa Sarirogo, Kecamatan Sidoarjo, Kabupaten Sidoarjo. Program ini berlangsung mulai 23 Juli - 23 Agustus 2025 dimana pada kegiatan program kerja pendampingan UMKM berupa pelatihan ini dilaksanakan pada tanggal 18 Agustus 2025. Pengabdian kepada masyarakat dilakukan melalui pendekatan berupa pendampingan kepada pelaku UMKM di Dusun Luwung RT 09 RW 02, Desa Sarirogo yang terbagi ke dalam beberapa tahap, yaitu:

1. Tahap Persiapan

Tahap persiapan diawali dengan survei pendahuluan secara menyeluruh untuk mengidentifikasi karakteristik, potensi, permasalahan, dan kebutuhan pelaku usaha mikro di RT 09 RW 02 Dusun Luwung, Desa Sarirogo. Kegiatan ini diawali dengan pemetaan usaha mikro melalui *door-to-door survey* untuk mengidentifikasi jenis usaha, skala operasi, produk yang dihasilkan, target pasar *existing*, serta tantangan utama yang dihadapi oleh setiap pelaku usaha (Sidharta *et al.*, 2023). Analisis kebutuhan dilakukan melalui *focus group discussion* (FGD) pada pelaku UMKM untuk menggali lebih dalam tentang tingkat literasi digital, praktik pengelolaan keuangan yang sudah diterapkan, serta ekspektasi terhadap program pelatihan.

2. Tahap Pelaksanaan

Tahap pelaksanaan dirancang dalam bentuk pelatihan intensif selama satu hari dengan durasi lima jam, mulai pukul 08.00 hingga 13.00 WIB. Kegiatan ini diikuti oleh pelaku UMKM dan warga sekitar yang berminat mengembangkan pengetahuan serta keterampilan dalam pengelolaan usaha seperti yang disajikan pada gambar 1. Acara pelatihan dilaksanakan di Pendopo Mbah Broto dengan fasilitas yang memadai termasuk proyektor, *sound system*, dan tempat duduk yang nyaman untuk mendukung pembelajaran interaktif.

Program menghadirkan tiga narasumber utama yang kompeten di bidangnya. Narasumber pertama adalah Kholifatul Rosyidah dan M. Afrizal Agastya, seorang praktisi sekaligus pendamping UMKM dalam bidang *digital marketing*. Sesi pertama (08.00–10.00) berfokus pada pengenalan konsep digital marketing sekaligus praktik dasar pemanfaatannya bagi UMKM. Peserta diajak memahami perbedaan pemasaran konvensional dan digital, mengenali target pasar potensial, serta mempelajari berbagai platform digital untuk promosi.

Kegiatan dilanjutkan dengan workshop praktis berupa pembuatan akun bisnis di Instagram, teknik foto sederhana menggunakan smartphone, hingga latihan membuat konten menarik untuk membangun kedekatan emosional dengan konsumen. Metode yang digunakan adalah presentasi interaktif, diskusi kelompok, dan sharing pengalaman sehingga peserta tidak hanya memperoleh wawasan, tetapi juga keterampilan langsung yang dapat diaplikasikan pada bisnisnya.

Sementara itu, narasumber ketiga adalah Fastabiqul Khoiroh, seorang akademisi sekaligus praktisi keuangan mikro. Sesi kedua pukul (10.00 - 13.00) merupakan workshop pengelolaan keuangan usaha mikro yang mencakup pentingnya pemisahan keuangan pribadi dan usaha, praktik pembuatan buku kas sederhana, pengenalan aplikasi pencatatan keuangan sederhana yaitu "Buku Warung", serta strategi penentuan harga jual yang menguntungkan. Setiap peserta mendapat panduan praktis pembukuan berbasis digital pada aplikasi "Buku Warung" yang dapat langsung diimplementasikan di usaha mereka.

No.	Nama Peserta	Tanda Tangan
1.	Laila Ghanyah	
2.	Dini Pradita	
3.	G. Bayu	
4.	Pita Dwi Laila	
5.	Eka Anggrah	
6.	Yogi Prasana	
7.	Nurul Hidayat	
8.	Indira Nur An	
9.	Zulian Amalia	
10.	Dwi Masrini	
11.	Dini Kartika	
12.	Nabila Putri	
13.	Anggrani Satrika	
14.	Laila Ghanyah	
15.	Nurul Hidayat	
16.	Indira Nur An	
17.	Zulian Amalia	
18.	Dwi Masrini	
19.	Dini Kartika	
20.	Nabila Putri	

Gambar 1. Nama Peserta Workshop

3. Tahap Evaluasi

Evaluasi kegiatan dilakukan secara bertahap untuk menilai efektivitas pelaksanaan serta manfaat yang diperoleh pelaku UMKM. Pada akhir pelatihan, dilakukan sesi diskusi dan tanya jawab, serta praktik langsung membuat

konten media sosial dan pencatatan keuangan sederhana. Selanjutnya, dilakukan *follow-up* berupa *monitoring* di minggu pertama. Evaluasi dilakukan melalui kunjungan lapangan, observasi penggunaan media digital, dan review pencatatan keuangan.

Hasil dan Pembahasan

Hasil

Program pendampingan UMKM *Go Digital* yang dilaksanakan di RT 09 RW 02 Dusun Luwung, Desa Sarirogo, Kecamatan Sidoarjo ini menargetkan para pelaku usaha kecil, khususnya yang bergerak di bidang kuliner. Berdasarkan hasil pemetaan awal, ditemukan bahwa sebagian besar UMKM menghadapi hambatan utama pada aspek pemasaran dan pengelolaan keuangan. Promosi produk masih didominasi cara tradisional dari mulut ke mulut, sehingga jangkauan pasarnya terbatas. Selain itu, pemanfaatan media sosial sebagai sarana pemasaran belum optimal, dan sebagian besar pelaku usaha juga belum memiliki sistem pencatatan keuangan sederhana yang dapat digunakan untuk memantau kondisi usaha secara lebih jelas (Rachmaniyah *et al.*, 2024).

Kegiatan pelatihan difokuskan pada dua aspek utama, yaitu digital marketing dan pengelolaan keuangan usaha. Pada sesi digital marketing, peserta diperkenalkan pada konsep dasar pemasaran digital serta praktik pemanfaatan berbagai *platform* seperti Instagram, WhatsApp Business, Facebook, dan TikTok. Pelatihan juga mencakup *strategi branding* sederhana seperti cara menulis deskripsi produk yang menarik, hingga teknik foto sederhana menggunakan *smartphone*. Hasilnya, sebagian besar peserta mulai mencoba membuat akun bisnis, mengunggah produk dengan tampilan yang lebih menarik, serta mengimplementasikan teknik foto sederhana untuk memperbaiki visual promosi.

Pada sesi pengelolaan keuangan, pelaku usaha dilatih untuk menyusun pencatatan arus kas masuk dan keluar, memisahkan keuangan pribadi dari keuangan usaha, serta memahami dasar-dasar penyusunan laporan keuangan sederhana. Peserta juga dibekali keterampilan praktis dalam menggunakan aplikasi pencatatan digital “Buku Warung” seperti yang ditunjukkan pada gambar 2.

Salon Bu Amie

No Telp: 085134701997

Laporan Pemasukan/Pengeluaran

Laporan dibuat : 09/18/2025, 21:54

Tanggal : 1/8/2025 - 7/8/2025
Jumlah Transaksi : 13
Total Pemasukan : Rp. 650.000
Total Pengeluaran : Rp. 220.000
Untung : Rp. 430.000

No	Tanggal	Catatan/Kategori	Produk	Pemasukan	Pengeluaran
1	7/8/2025	Pendapatan creambath + potong rambut pelanggan Pendapatan Jasa/ Komisi		Rp. 75.000	Rp. 0
2	7/8/2025	Pendapatan creambath + potong rambut pelanggan		Rp. 75.000	Rp. 0
3	7/8/2025	Pendapatan creambath + potong rambut pelanggan		Rp. 75.000	Rp. 0
4	7/8/2025	Pendapatan creambath + potong rambut pelanggan		Rp. 75.000	Rp. 0
5	6/8/2025	Pembelian alat catok Pembelian bahan		Rp. 0	Rp. 120.000
6	5/8/2025	Pendapatan potong rambut oleh pelanggan (Azmi) Pendapatan Jasa/ Komisi		Rp. 50.000	Rp. 0

7	5/8/2025	Pendapatan potong rambut oleh pelanggan (Ida)	Rp. 50.000	Rp. 0
8	3/8/2025	Pembelian Shampo dan masker Pembelian bahan	Rp. 0	Rp. 100.000
9	2/8/2025	Pendapatan Creambath oleh pelanggan (Susi) Pendapatan Jasa/ Komisi	Rp. 50.000	Rp. 0
10	2/8/2025	Pendapatan creambath oleh pelanggan (nana) Pendapatan Jasa/ Komisi	Rp. 50.000	Rp. 0
11	1/8/2025	Pendapatan potong rambut oleh pelanggan (Sofia) Pendapatan Jasa/ Komisi	Rp. 50.000	Rp. 0
12	1/8/2025	Pendapatan potong rambut oleh pelanggan (Sumiat) Pendapatan Jasa/ Komisi	Rp. 50.000	Rp. 0
13	1/8/2025	Potong Rambut oleh Pelanggan (Rina) Pendapatan Jasa/ Komisi	Rp. 50.000	Rp. 0

Download aplikasi BukuWarung
100% Mudah. Gratis. Aman

Download aplikasi BukuWarung
100% Mudah. Gratis. Aman

Gambar 2. Transaksi Pencatatan Laporan Keuangan pada aplikasi Buku Warung

Melalui aplikasi ini, peserta dapat langsung mempraktikkan pencatatan transaksi harian, mulai dari penjualan, pengeluaran bahan baku, hingga mencatat piutang pelanggan. Sebagian besar peserta menunjukkan ketertarikan yang tinggi karena aplikasi tersebut mudah digunakan, bahkan oleh mereka yang sebelumnya belum terbiasa dengan pencatatan digital seperti yang ditunjukkan pada gambar 3. *Monitoring* pasca-pelatihan memperlihatkan bahwa sebagian peserta mulai rutin mencatat transaksi, baik secara manual maupun menggunakan aplikasi, meskipun masih ada yang membutuhkan bimbingan lanjutan.

Secara keseluruhan, kegiatan pendampingan ini memberikan dampak positif terhadap peningkatan keterampilan pelaku UMKM seperti yang tersaji pada gambar 4. Mereka tidak hanya mulai terbiasa menggunakan media digital sebagai sarana pemasaran, tetapi juga lebih sadar akan pentingnya manajemen keuangan yang rapi dan terstruktur. Penerapan "Buku Warung" menjadi salah satu langkah awal menuju pencatatan keuangan modern yang dapat mendukung keberlanjutan usaha sekaligus membuka peluang akses permodalan di masa depan.



Gambar 3. Narasumber Pendampingan UMKM *Digital Marketing* dan Pengelolaan Keuangan



Gambar 4. Foto Bersama Para Pelaku UMKM

Pembahasan

Pelaksanaan program pendampingan UMKM Go Digital di RT 09 RW 02 Dusun Luwung menunjukkan bahwa penggunaan teknologi digital dapat menjadi solusi nyata bagi keterbatasan pemasaran yang sebelumnya hanya mengandalkan promosi dari mulut ke mulut. Setelah mengikuti pelatihan, pelaku usaha mulai berani memanfaatkan media sosial seperti Instagram, WhatsApp Business, hingga TikTok untuk memperkenalkan produknya. Perubahan ini penting karena dengan promosi digital, jangkauan pasar mereka tidak lagi terbatas pada lingkungan sekitar, melainkan dapat meluas ke konsumen yang lebih luas (Mansir and Fatimah, 2021). Selain pemasaran, aspek pengelolaan keuangan juga mengalami perubahan positif. Sebelumnya, mayoritas UMKM tidak memiliki sistem pencatatan yang jelas sehingga sulit membedakan antara keuangan pribadi dengan keuangan usaha. Melalui pelatihan ini, peserta belajar membuat pencatatan arus kas sederhana serta mencoba menggunakan aplikasi Buku Warung. Aplikasi tersebut terbukti

membantu karena mampu mencatat transaksi penjualan, pengeluaran bahan baku, hingga piutang pelanggan dengan cara yang lebih rapi dan terstruktur (Rosita Farhat *et al.*, 2025). Penerapan pencatatan digital ini menjadi langkah awal yang sangat penting, sebab data keuangan yang jelas dapat digunakan sebagai dasar dalam mengambil keputusan usaha, seperti menentukan harga jual, menghitung keuntungan, maupun mengajukan pinjaman ke lembaga keuangan. Hal ini penting dalam menghadapi perkembangan zaman dan pengaruh global, di mana UMKM perlu terus berinovasi dalam penerapan teknologi guna meningkatkan daya saing dan keberlangsungan usaha mereka (Sari *et al.*, 2025; Wicaksono *et al.*, 2025).

Hasil kegiatan ini memperlihatkan bahwa kombinasi antara *digital marketing* dan pengelolaan keuangan mampu meningkatkan kesadaran pelaku UMKM akan pentingnya inovasi dan kedisiplinan dalam berusaha. Melalui promosi digital, produk lokal lebih mudah dikenal oleh pasar yang lebih luas, sedangkan dengan pencatatan keuangan yang baik, pelaku usaha dapat memahami kondisi bisnisnya secara lebih transparan. Walaupun sebagian peserta masih membutuhkan pendampingan lebih lanjut, program ini berhasil memberikan perubahan pola pikir bahwa teknologi bukan sesuatu yang sulit, tetapi justru dapat menjadi alat untuk mendukung keberlangsungan usaha mereka.

Limitasi

Kajian kegiatan pengabdian kepada masyarakat ini terbatas pada tingkat RT 09 RW 02 Dusun Luwung, Desa Sarirogo Kabupaten Sidoarjo.

Kesimpulan

Pelaksanaan program pendampingan UMKM Go Digital di RT 09 RW 02 Dusun Luwung, Desa Sarirogo berhasil memberikan dampak positif bagi pelaku usaha mikro. Melalui pelatihan digital marketing, peserta mulai beradaptasi dengan strategi promosi modern melalui media sosial dan marketplace sehingga mampu menjangkau pasar yang lebih luas. Sementara itu, pada aspek pengelolaan keuangan, pelaku usaha memperoleh pemahaman baru tentang pentingnya pencatatan arus kas serta praktik penggunaan aplikasi Buku Warung sebagai sarana pencatatan digital.

Kegiatan ini menunjukkan bahwa kombinasi pemasaran digital dan manajemen keuangan yang lebih tertata dapat meningkatkan kapasitas UMKM, baik dari sisi keterampilan teknis maupun pola pikir yang lebih profesional. Walaupun masih terdapat tantangan dalam keberlanjutan implementasi, hasil yang diperoleh menunjukkan adanya perubahan nyata menuju praktik usaha yang lebih modern, efisien, dan berdaya saing.

Konflik Kepentingan

Tidak ada potensi konflik kepentingan yang relevan dengan artikel ini.

Ucapan Terima Kasih

Peneliti mengucapkan terima kasih kepada RT 09 RW 02 Dusun Luwung, Desa Sarirogo Kabupaten Sidoarjo atas kerjasama dan dukungan sebagai mitra pengabdian kepada masyarakat.

Daftar Pustaka

Aflagaly, D., Kusumowati, D. and Listyowati, L. (2025) 'Pengaruh E-wallet dan Digital Marketing terhadap Kinerja Keuangan UMKM', *Jurnal Ilmiah Bisnis dan Perpajakan (Bijak)*, 7(1), pp. 36–43. Available at: <https://doi.org/10.26905/j.bijak.v7i1.15086>.

Betanika Nila Nirbita *et al.* (2025) 'Pengelolaan Keuangan dan Digital Marketing Bagi UMKM', *Dharma Vritta Vokasional*, pp. 29–32. Available at: <https://doi.org/10.21831/dvv.v1i1.1314>.

Fadillah, R. and Fasa, M.I. (2021) 'Digital Economic Transformation : Optimalisasi Ekonomi Digital Pasca Pandemi Covid-19 Pada Pelaku UMKM', *Jurnal Manajemen & Organisasi Review (Manor)*, 3(2), pp. 123–135. Available at: <https://doi.org/10.47354/mjo.v3i2.303>.

- Gobal, R., Allo, Y.T. and Duryana (2024) 'Peran Usaha Mikro Kecil Menengah (UMKM) dalam Pemberdayaan Ekonomi Masyarakat Desa', *Bulletin of Community Engagement*, 4(2). Available at: <https://doi.org/10.51278/bce.v4i2.1385>.
- Khamdi, M.A. (2025) 'Peran Manajemen Keuangan dan Digital Marketing dalam Upaya Peningkatan Omset Penjualan bagi UMKM Warung Ar Rohman Gresik', *Prosiding Seminar Nasional KONSTELASI*, 2(1), pp. 107–112. Available at: <https://doi.org/10.24002/prosidingkonstelasi.v2i1.10980>.
- Mansir, F. and Fatimah, S. (2021) 'Penggunaan Aplikasi Pembukuan Melalui Digital Marketing dan Media Sosial Pada UMKM Bangunjiwo Bantul', *Kumawula: Jurnal Pengabdian Kepada Masyarakat*, 4(2), p. 256. Available at: <https://doi.org/10.24198/kumawula.v4i2.32694>.
- Maulah, N.F.N. *et al.* (2026) 'Revitalisasi Karang Taruna melalui Lomba Edukatif dalam Peringatan HUT ke-80 Republik Indonesia', *Nusantara Community Empowerment Review*, 4(1), pp. 66–72. Available at: <https://doi.org/10.55732/pxkyrx79>.
- Musfiro, M.T., Zaki, A. and Rizqi, A. (2026) 'Manajemen Sumber Daya dan Proses dalam Penataan Nomor Rumah untuk Penguatan Administrasi dan Pelayanan Publik', *Nusantara Community Empowerment Review*, 4(1), pp. 73–77. Available at: <https://doi.org/10.55732/dhkkzh29>.
- Oktaviana Rizki, A. *et al.* (2025) 'Penerapan Manajemen Keuangan dan Digital Marketing Pada UMKM di Desa Giri Mulya', *Almaun: Jurnal Pengabdian Kepada Masyarakat*, 5(1), pp. 329–340. Available at: <https://doi.org/10.36085/almaun.v5i1.7161>.
- Prasetyaningrum, N.E. and Sudalyo, R.A.T. (2024) 'Strategi Digital Marketing dan Perencanaan Keuangan yang Efektif Pada UMKM di Kabupaten Boyolali', *Jurnal Ilmiah Edunomika*, 8(1). Available at: <https://doi.org/https://doi.org/10.29040/jie.v8i1.11935>.
- Rachmaniyah, F. *et al.* (2024) 'Pelatihan UMKM Desa Rejosari Menjadi Go Digital Melalui Digital Marketing dan Pengelolaan Keuangan Digital', *Jurnal Pengabdian kepada Masyarakat*, 11(2), pp. 287–291. Available at: <https://doi.org/10.33795/abdimas.v11i2.6204>.
- Rosita Farhat *et al.* (2025) 'Inovasi Digital dalam Pengelolaan Keuangan UMKM: Sosialisasi Pencatatan Laporan Keuangan melalui Aplikasi Teman Bisnis', *ALKHIDMAH: Jurnal Pengabdian dan Kemitraan Masyarakat*, 3(1), pp. 17–28. Available at: <https://doi.org/10.59246/alkhidmah.v3i1.1224>.
- Sari, A.F.P. *et al.* (2025) 'Pendampingan Pembuatan Nomor Induk Berusaha untuk Pengembangan UMKM Melalui Online Single Submission sebagai Upaya Meningkatkan Legalitas Usaha', *Nusantara Community Empowerment Review*, 3(2), pp. 182–186. Available at: <https://doi.org/10.55732/ztgb2a34>.
- Sidharta, Y. *et al.* (2023) 'Pemasaran Digital dan Pembukuan Sederhana Pada UMKM Desa Karangrejo Pasuruan', *RESWARA: Jurnal Pengabdian Kepada Masyarakat*, 4(2), pp. 909–917. Available at: <https://doi.org/10.46576/rjpkkm.v4i2.2674>.
- Wicaksono, A. *et al.* (2025) 'Pelatihan Pembukuan Digital Menggunakan Aplikasi Buku Warung bagi Pelaku Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah', *Nusantara Community Empowerment Review*, 3(2), pp. 331–336. Available at: <https://doi.org/10.55732/yy6rw858>.