

**CENDIKIA : Jurnal Pengabdian Masyarakat Indonesia**

**Volume 1, Nomor 2, Desember 2025**

**e-ISSN: xxxx-xxxx**

**Article Info:**

Received date: 15 Desember 2025

Revised date : 16 Desember 2025

Accepted date: 17 Desember 2025

## **Sosialisasi Pengelolaan Keuangan Bagi Pelaku Usaha Mikro Untuk Meningkatkan Efisiensi Dan Daya Saing**

**Imelda Veronica Gea<sup>1\*</sup>, Dwiky Mushafat<sup>2</sup>, Selly Swandari<sup>3</sup>, Akbar Lufi Zulfikar<sup>4</sup>**  
<sup>1,2,3,4</sup>Universitas Mulawarman Samarinda

\*Email Correspondence : [imeldaveronicagea@feb.unmul.ac.id](mailto:imeldaveronicagea@feb.unmul.ac.id)

### **ABSTRAK**

Pelaku usaha mikro memiliki peran penting dalam mendorong pertumbuhan ekonomi daerah, namun masih menghadapi berbagai permasalahan, khususnya dalam pengelolaan keuangan usaha dan pemanfaatan teknologi digital yang berdampak pada efisiensi dan daya saing usaha. Berdasarkan data dan kondisi di Kabupaten Kutai Timur, sebagian besar pelaku usaha mikro belum menerapkan pencatatan keuangan yang tertib serta belum optimal dalam memanfaatkan teknologi digital sebagai sarana pendukung usaha. Kegiatan pengabdian kepada masyarakat ini bertujuan untuk meningkatkan pemahaman pelaku usaha mikro mengenai pengelolaan keuangan usaha serta pemanfaatan teknologi digital guna meningkatkan efisiensi dan daya saing usaha. Metode pelaksanaan kegiatan dilakukan melalui tahapan persiapan, survei awal, sosialisasi, dan evaluasi. Sosialisasi dilaksanakan dengan penyampaian materi terkait pencatatan keuangan sederhana, pengelolaan arus kas, serta pemanfaatan teknologi digital dalam mendukung kegiatan usaha. Evaluasi kegiatan dilakukan menggunakan kuesioner sebelum dan sesudah sosialisasi terhadap 10 pelaku usaha mikro. Hasil kegiatan menunjukkan adanya peningkatan pemahaman pelaku usaha mikro dalam pengelolaan dan pencatatan keuangan usaha dari 30 persen sebelum sosialisasi menjadi 100 persen setelah sosialisasi. Selain itu, pemahaman mengenai pemanfaatan teknologi digital untuk meningkatkan daya saing usaha juga meningkat dari 20 persen menjadi 100 persen. Hasil ini menunjukkan bahwa kegiatan sosialisasi memberikan dampak positif dalam meningkatkan efisiensi dan daya saing pelaku usaha mikro. Kegiatan ini diharapkan dapat menjadi langkah awal dalam mendorong penguatan kapasitas usaha mikro secara berkelanjutan.

**Kata Kunci:** Pelaku Usaha Mikro, Pengelolaan Keuangan, Teknologi Digital, Efisiensi, Daya Saing.

### **ABSTRACT**

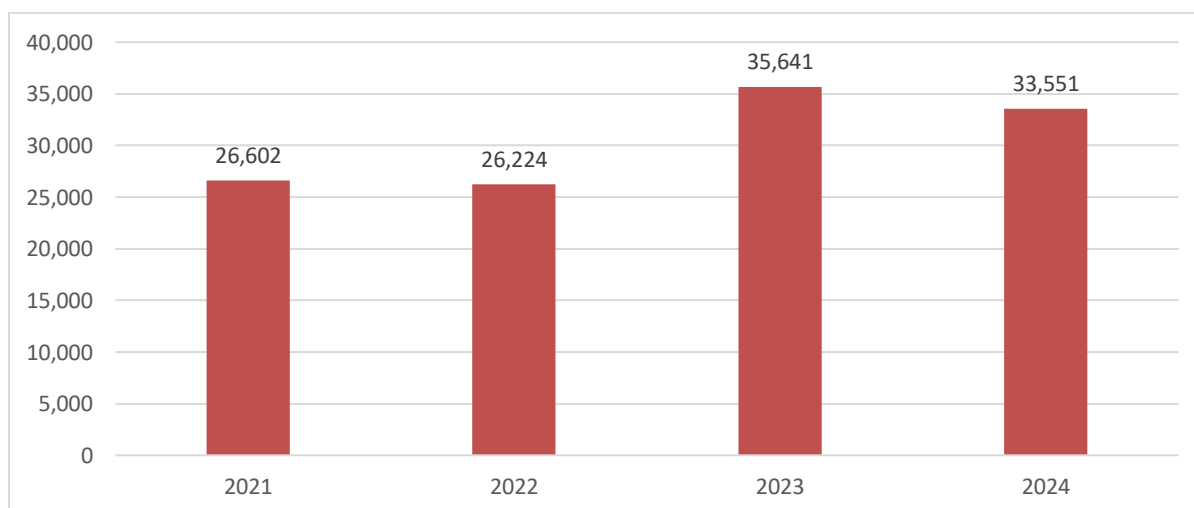
*Micro-entrepreneurs play a crucial role in driving regional economic growth, but they still face various challenges, particularly in managing their finances and utilizing digital technology, which impact business efficiency and competitiveness. Based on data and conditions in East Kutai Regency, most micro-entrepreneurs have not yet implemented orderly financial records and have not yet optimally utilized digital technology as a business support tool. This community service activity aims to improve micro-entrepreneurs' understanding of business financial management and the use of digital technology to improve business efficiency and competitiveness. The activity implementation method includes preparation, initial surveys, outreach, and evaluation. The outreach was carried out by delivering materials related to simple financial records, cash flow management, and the use of digital technology to support business activities. The activity evaluation was conducted using*

questionnaires before and after the outreach to 10 micro-entrepreneurs. The results of the activity showed an increase in micro-entrepreneurs' understanding of business financial management and recording, from 30 percent before the outreach to 100 percent after the outreach. In addition, understanding of the use of digital technology to improve business competitiveness also increased from 20 percent to 100 percent. These results demonstrate that outreach activities have had a positive impact on improving the efficiency and competitiveness of micro-enterprises. This activity is expected to be the first step in encouraging sustainable capacity building for micro-enterprises.

**Keywords:** Micro Business Actors, Financial Management, Digital Technology, Efficiency, Competitiveness.

## PENDAHULUAN

Pemanfaatan dan optimalisasi sektor Usaha Mikro, Kecil dan Menengah (UMKM) salah satu indikator mendukung pertumbuhan ekonomi daerah. Provinsi Kalimantan Timur merupakan salah satu wilayah yang teridentifikasi strategis di Indonesia Hal ini didukung dengan kondisi dimana wilayah tersebut memiliki potensi yang besar dalam aspek pembangunan ekonomi kerakyatan terutama melalui. Studi yang dilakukan oleh Achmad, et.al (2023) juga menyebutkan bahwa UMKM merupakan salah satu sektor yang potensial yang dapat dijadikan sebagai alternatif sektor untuk mendorong peningkatan kinerja ekonomi di Provinsi Kalimantan Timur. Hal ini didukung dengan situasi di mana sektor UMKM relatif berkontribusi tinggi bagi perekonomian Kalimantan Timur terutama pada jumlah usaha yang tinggi serta potensi penyerapan tenaga kerja yang besar. Untuk itu, optimalisasi sektor UMKM tersebut secara signifikan akan berpengaruh pada peningkatan kesejahteraan masyarakat, penyerapan tenaga kerja, serta pada akhirnya mendorong pertumbuhan ekonomi daerah (Bahri et al., 2023).



Sumber: Badan Pusat Statistik Provinsi Kalimantan Timur

**Gambar 1.** Jumlah Usaha Mikro dan Kecil (UMKM) di Provinsi Kalimantan Timur Tahun 2021-2024

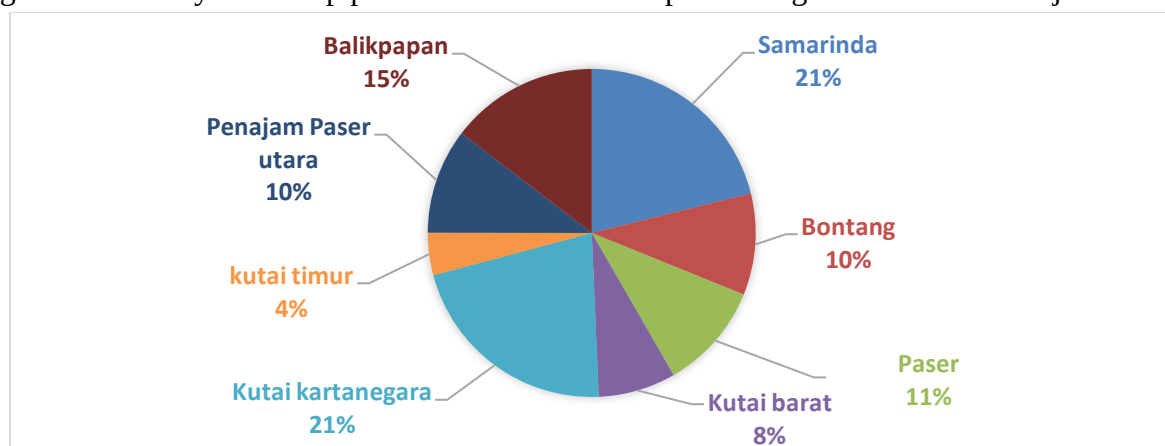
Perkembangan Usaha Mikro dan Kecil (UMKM) di Provinsi Kalimantan Timur selama periode 2021 samapai dengan 2024 menunjukkan dinamika yang berfluktuasi. Pada tahun 2021, jumlah UMKM tercatat sebesar 26.602 unit, yang mencerminkan kondisi awal pemulihan ekonomi pascapandemi. Pada tahun 2022, jumlah UMKM mengalami penurunan menjadi 26.224 unit, yang mengindikasikan masih adanya tekanan terhadap keberlangsungan

usaha akibat keterbatasan modal dan pasar.

Selanjutnya, pada tahun 2023 terjadi peningkatan yang signifikan menjadi 35.641 unit, yang menunjukkan membaiknya kondisi ekonomi serta meningkatnya efektivitas kebijakan dan program pemberdayaan UMKM. Namun, pada tahun 2024 jumlah UMKM kembali menurun menjadi 33.551 unit meskipun demikian, jumlah UMKM pada tahun 2024 lebih tinggi dibandingkan tahun sebelumnya, yang menunjukkan bahwa sektor UMKM tetap memiliki peran penting dalam penyerapan tenaga kerja, pemerataan pendapatan, dan mendukung pertumbuhan ekonomi daerah secara berkelanjutan.

Dari perspektif sebaran UMKM menurut Kabupaten/kota di Provinsi Kalimantan Timur, tercatat bahwa Berdasarkan distribusi persentase UMKM menurut kabupaten/kota di Provinsi Kalimantan Timur, Kabupaten Kutai Timur memiliki persentase sebesar 3,82 persen, yang merupakan kontribusi terendah dibandingkan daerah lainnya. Kondisi tersebut menunjukkan bahwa peran UMKM di Kabupaten Kutai Timur terhadap total UMKM provinsi masih relatif terbatas.

Rendahnya kontribusi tersebut dapat disebabkan oleh beberapa faktor, antara lain belum optimalnya pengelolaan keuangan usaha, seperti pencatatan keuangan yang sederhana, keterbatasan perencanaan arus kas, serta rendahnya akses terhadap pembiayaan formal. Selain itu, daya saing UMKM yang masih rendah, baik dari sisi kualitas produk, inovasi, maupun kemampuan pemasaran, turut membatasi kemampuan UMKM untuk berkembang dan bersaing dengan daerah lain seperti Samarinda, Kutai Kartanegara, dan Balikpapan. Oleh karena itu, peningkatan kapasitas pengelolaan keuangan dan penguatan daya saing UMKM menjadi aspek penting dalam mendorong pertumbuhan UMKM di Kabupaten Kutai Timur agar kontribusinya terhadap perekonomian daerah dapat meningkat secara berkelanjutan.



Sumber: Badan Pusat Statistik Provinsi Kalimantan Timur

**Gambar 2.** Sebaran Usaha Industri Menengah Kecil (UMKM) Berdasarkan Kab/Kota di Provinsi Kalimantan Timur Tahun 2024

Dalam hal ini mitra utama dalam pengabdian masyarakat ini adalah pelaku usaha mikro yang termasuk ke dalam kelompok rentan yang memiliki potensi besar untuk berkembang, namun memerlukan dukungan dari sisi edukasi, teknologi, dan akses pasar. Berpijak pada uraian di atas, adapun tujuan dari pelaksanaan kegiatan ini antara lain: 1) Meningkatkan pemahaman dan keterampilan pelaku usaha mikro dalam pengelolaan keuangan usaha, (2) meningkatkan daya saing pelaku usaha mikro melalui pemanfaatan teknologi digital, terutama

dalam pemasaran digital, pengelolaan usaha berbasis digital, serta perluasan akses pasar, sehingga pelaku UMKM mampu beradaptasi dengan perkembangan ekonomi digital dan bersaing secara lebih efektif.

## **TINJAUAN PUSTAKA**

### **A. Kemandirian Ekonomi Masyarakat**

Kemandirian ekonomi adalah keadaan dimana individu atau kelompok mampu memenuhi kebutuhan hidup tanpa ketergantungan terhadap pihak lain. Kartikasari et al. (2023) menyatakan, kemandirian masyarakat terlihat dari kemampuan masyarakat dalam mengelola sumber daya yang dimiliki, baik sumber daya alam maupun manusia untuk menciptakan kegiatan ekonomi yang produktif. Masyarakat yang mandiri dapat menemukan peluang usaha dan berpartisipasi dalam pengembangan UMKM, meningkatkan kreativitas dan mampu menyesuaikan terhadap perubahan lingkungan ekonomi. Kemandirian ini tidak hanya berkaitan dengan aspek keuangan tetapi juga mencakup kemampuan berpikir kritis dan inovatif.

Kemandirian Ekonomi merupakan indikator penting dalam pembangunan masyarakat karena menunjukkan kemampuan masyarakat untuk bertahan dan berkembang tanpa bantuan dari pihak lain. Pada pembangunan daerah masyarakat yang mempunyai kemandirian secara finansial akan menjadi pendorong dari pertumbuhan ekonomi daerah. Melalui kemandirian ekonomi akan menciptakan lapangan pekerjaan, meningkatkan pendapatan dan daya saing di masyarakat. Oleh sebab itu, pembangunan kemandirian ekonomi harus difokuskan pada penguatan kemampuan atau keterampilan sumber daya manusia melalui, pelatihan, keterampilan serta sistem kelembagaan ekonomi di masyarakat. (Antonius Ary Setyawan et al., 2025).

Kemandirian ekonomi masyarakat dapat dicapai melalui pengembangan sumber daya manusia, kemudahan akses literasi ekonomi, dan pengembangan kelembagaan pemerintahan atau swasta yang mendukung. Kualitas sumber daya manusia merupakan salah satu faktor penting dikarenakan kemampuan mengelola potensi lokal secara inovatif dan berkelanjutan. Kemudahan akses terhadap modal, teknologi, dan pemasaran juga diperlukan agar kegiatan ekonomi di masyarakat dapat bertumbuh (Azizatul Fitriani et al., 2024).

### **B. Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah**

Usaha Mikro Kecil dan Menengah bagian yang krusial dalam perekonomian suatu negara. Dalam konteks digital UMKM menghadapi tantangan dalam memanfaatkan teknologi digital untuk mengembangkan usaha (Zahra Firdausya et al., 2023). Usaha Mikro Kecil Menengah merupakan jenis kegiatan ekonomi yang dilakukan oleh mayoritas masyarakat Indonesia sebagai sumber dalam memperoleh penghasilan (Hafsah, 2004). Badan Pusat Statistik (BPS) mendefinisikan UMKM dalam dua kategori:

- a) Berdasarkan omset, usaha kecil adalah memiliki aset tetap dibawah 200 juta dan omset tahunan dibawah kurang dari 1 milyar;
- b) Berdasarkan jumlah pekerja, usaha yang mempekerjakan 5-9 orang

UMKM memiliki tiga peranan penting dalam mendukung kebutuhan masyarakat yang kurang mampu. Pertama sebagai fasilitas mengurangi kemiskinan. Dengan menciptakan lapangan kerja dan peluang berwirausaha, UMKM membantu masyarakat untuk meningkatkan penghasilan keluarga, sehingga dapat memenuhi kebutuhan sehari-hari. Kedua, memiliki peran sebagai pemerataan ekonomi di antara masyarakat yang kurang mampu. Dengan memperluas akses lapangan usaha. UMKM membantu mengurangi ketimpangan ekonomi antar masyarakat. Hal ini menjadi penting sebagai

pendorong ekonomi lokal. Ketiga, menjadi sumber pendapatan bagi negara melalui pajak dan kontribusi ekonomi lainnya, UMKM memperkuat pendapatan negara yang dapat digunakan untuk membentuk layanan publik. Dengan demikian UMKM tidak hanya memberikan manfaat langsung terhadap masyarakat, tetapi berkontribusi pada pertumbuhan ekonomi (Kadeni & Ninik Sriyani, 2020).

### **C. Digitalisasi UMKM**

Digitalisasi dalam UMKM merupakan langkah strategis yang mencakup tidak hanya proses pemasaran tetapi meliputi semua aspek bisnis. Dengan adanya pelaku usaha ini para pelaku usaha lebih mudah menjalankan bisnis secara online. Selain itu, pelaku UMKM dapat mempromosikan produk pelaku usaha melalui platform media sosial dengan mencantumkan informasi lokasi, sehingga pelanggan dapat dengan mudah mengunjungi tempat usaha secara langsung. Proses digitalisasi ini terutama pada proses pemasaran bertujuan untuk mengubah metode pelaku usaha dalam mempromosikan produk UMKM secara online (Yuliaty et al., 2020).

Namun tantangan digitalisasi UMKM perlu dihadapi dengan serius termasuk keterbatasan sumber daya dan akses teknologi yang masih banyak dihadapi oleh pelaku UMKM. Banyak pelaku usaha kecil dan menengah yang belum memiliki pengetahuan yang cukup mengenai penggunaan teknologi digital, sehingga menghambat proses beradaptasi dengan perubahan digitalisasi. Pelatihan teknologi dengan kolaborasi antara pemerintah, lembaga pendidikan dan swasta terhadap penyediaan akses internet dan pengembangan akses ke platform e-commerce, media sosial, dan pasar digital dapat mengatasi tantangan ini (Zahra Firdausya et al., 2023).

Selain memperkuat kemampuan teknis pelaku usaha, digitalisasi UMKM juga memiliki dampak terhadap perluasan pangsa pasar. Pemanfaatan teknologi digital seperti sistem pencatatan keuangan berbasis aplikasi, layanan *digital payment*, pelaku UMKM dapat menjalankan usaha dengan pendekatan profesional dan transparan. (Salsabila et al., 2025). Menurut (Deddy Junaedi et al., 2024), penggunaan digital marketing dan e-commerce membantu UMKM memperluas pangsa pasar, menekan pengeluaran promosi, serta meningkatkan loyalitas pelanggan. Oleh karena itu, pengadopsian penggunaan digital pada pelaku UMKM tidak hanya sebagai sarana promosi, melainkan juga menjadi indikator dalam menciptakan kemandirian ekonomi di masyarakat melalui penguatan produktivitas, dan daya saing usaha yang semakin meningkat di era modern akibat dari transformasi digital.

## **METODE PELAKSANAAN**

### **A. Lokasi dan Waktu**

Kegiatan pengabdian kepada masyarakat ini dilaksanakan di Badan Riset dan Inovasi Daerah (BRIDA) Kabupaten Kutai Timur. Pelaksanaan kegiatan direncanakan berlangsung selama empat minggu, sesuai dengan jadwal pada Tabel 1, yang mencakup tahap persiapan, survei awal, sosialisasi, evaluasi.. Dengan demikian, lokasi dan waktu pelaksanaan kegiatan telah dirancang secara strategis untuk mendukung capaian program Mitra dalam kegiatan Badan Riset dan Inovasi Daerah (BRIDA) Kabupaten Kutai Timur, yang berperan dalam penunjukan dan pendampingan pelaku usaha mikro sebagai sasaran kegiatan. Berdasarkan hasil identifikasi awal, permasalahan utama yang dihadapi oleh pelaku usaha mikro binaan mitra.

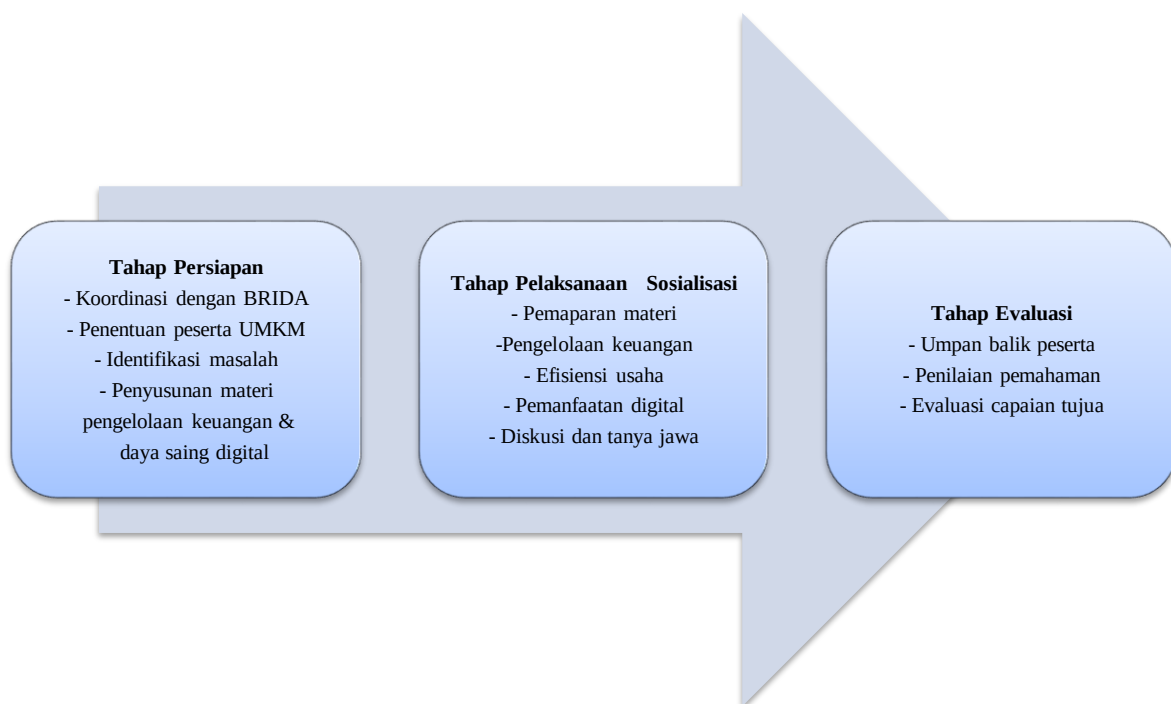
### **B. Mitra Sasaran**

Mitra sasaran dalam kegiatan ini adalah Badan Riset dan Inovasi Daerah (BRIDA) Kabupaten Kutai Timur, yang berperan dalam penunjukan pelaku usaha mikro sebagai

sasaran kegiatan. Kelompok usaha mikro yang terlibat meliputi pelaku usaha di sektor pertanian olahan, perikanan, kuliner, kerajinan, dan perdagangan kecil yang menjadi bagian penting dari struktur ekonomi desa. Karakteristik mitra menunjukkan bahwa sebagian besar usaha masih berbasis tradisional dengan minimnya penerapan teknologi digital dan praktik manajemen usaha modern. Kondisi ini menyebabkan produktivitas dan daya saing produk lokal belum optimal. Dengan melibatkan kelompok sasaran secara langsung, kegiatan ini diharapkan mampu meningkatkan pemahaman pengelolaan keuangan bagi pelaku usaha mikro untuk meningkatkan efisiensi dan daya saing

### C. Pendekatan

Proses pelaksanaan kegiatan pengabdian kepada masyarakat ini dirancang untuk mengatasi permasalahan mitra secara sistematis, partisipatif, dan berkelanjutan. Langkahlangkah kegiatan akan dilakukan melalui lima tahapan utama; persiapan, pelaksanaan sosialisasi, evaluasi kegiatan. Berdasarkan uraian di atas, adapun Proses yang digunakan untuk meningkatkan kemampuan pengelolaan keuangan bagi pelaku usaha mikro untuk meningkatkan efisiensi dan daya saing.



**Gambar 3** Alur Metode Pengabdian Masyarakat dalam Meningkatkan Kapasitas Pelaku Usaha Mikro

### D. Jadwal Pelaksanaan (*Timeline*)

Jadwal pelaksanaan kegiatan pada Tabel 1 disusun secara sistematis untuk memastikan program “sosialisasi pengelolaan keuangan bagi pelaku usaha mikro untuk meningkatkan efisiensi dan daya saing” berjalan efektif dan terukur. Kegiatan pengabdian dilaksanakan selama empat minggu dan dibagi ke dalam beberapa tahapan. Pada minggu pertama, dilakukan tahap persiapan melalui koordinasi dengan BRIDA Kabupaten Kutai Timur untuk menentukan sasaran pelaku usaha mikro, waktu, dan lokasi kegiatan, serta penyusunan materi sosialisasi yang berkaitan dengan pengelolaan keuangan usaha, efisiensi, dan daya saing. Selanjutnya, pada minggu kedua dilakukan survei awal kepada pelaku usaha mikro untuk memperoleh gambaran mengenai kondisi pengelolaan keuangan

dan pemanfaatan teknologi digital dalam kegiatan usaha. Hasil survei ini digunakan sebagai dasar penyesuaian materi sosialisasi.

Pada minggu ketiga, dilaksanakan kegiatan sosialisasi kepada pelaku usaha mikro binaan BRIDA Kabupaten Kutai Timur melalui pemaparan materi dan diskusi interaktif. Materi yang disampaikan meliputi pencatatan keuangan sederhana, pengelolaan arus kas, pengendalian biaya usaha untuk meningkatkan efisiensi, serta pemanfaatan teknologi digital dalam mendukung daya saing usaha mikro. Selanjutnya, pada minggu keempat dilakukan evaluasi kegiatan untuk menilai tingkat pemahaman dan respon peserta terhadap materi yang telah disampaikan. Evaluasi ini menjadi dasar dalam penyusunan laporan kegiatan serta sebagai bahan perbaikan untuk pelaksanaan kegiatan pengabdian selanjutnya.

## **HASIL DAN PEMBAHASAN**

### **A. Hasil yang Dicapai**

Pelaksanaan Sosialisasi Pengelolaan Keuangan Bagi Pelaku Usaha Mikro Untuk Meningkatkan Efisiensi dan Daya Saing merupakan langkah strategis dalam memperkuat kapasitas pelaku usaha lokal agar mampu beradaptasi dengan perubahan ekonomi berbasis teknologi. Sosialisasi ini berfokus pada pengelolaan keuangan modern yang menekankan inovasi, kreativitas, serta keberanian dalam menghadapi dinamika pasar global. Dalam kegiatan ini, pelaku usaha diperkenalkan pada berbagai platform digital seperti marketplace, media sosial bisnis, serta aplikasi keuangan yang dapat membantu pengelolaan usaha secara lebih efisien.

Pelaksanaan kegiatan sosialisasi Pengelolaan Keuangan Bagi Pelaku Usaha Mikro Untuk Meningkatkan Efisiensi Dan Daya Saing mencakup beberapa aspek penting yang berorientasi pada peningkatan kapasitas pelaku usaha mikro dalam menghadapi tantangan ekonomi digital. Tahapan pertama difokuskan pada pengelolaan keuangan digital melalui aplikasi SI APIK (Sistem Aplikasi Pencatatan Informasi Keuangan) yang dikembangkan oleh Bank Indonesia. Peserta diberikan sosialisasi untuk mencatat transaksi penjualan, menghitung laba, serta memantau arus kas secara digital melalui aplikasi tersebut. SI APIK tidak hanya membantu pelaku usaha memahami kondisi keuangan usahanya secara real-time, tetapi juga berfungsi sebagai alat untuk membangun profil kredit yang kredibel. Dengan demikian, kegiatan ini tidak hanya meningkatkan efisiensi operasional UMKM, tetapi juga memperkuat inklusi keuangan dan kemandirian ekonomi masyarakat di Kabupaten Kutai Timur dalam menghadapi era transformasi digital.



**Gambar 4.** Kegiatan Pengabdian

Pada tahap berikutnya, pelaku usaha diperkenalkan dengan penerapan sistem pembayaran digital melalui *Quick Response Code Indonesian Standard* (QRIS). Penggunaan QRIS memungkinkan transaksi yang cepat, aman, dan efisien, sekaligus membantu pelaku UMKM dalam melakukan pencatatan keuangan yang lebih akurat. Sistem ini juga memperkuat rekam jejak keuangan yang menjadi dasar penting dalam memperoleh akses pembiayaan dari lembaga keuangan formal.

Pada tahap selanjutnya untuk mendorong daya saing terhadap usahanya pelaku usaha mikro diberikan sosialisasi yaitu dengan pemanfaatan media sosial sebagai sarana promosi, di mana para pelaku usaha mikro disosialisasikan untuk mengoptimalkan platform seperti Instagram, TikTok, Facebook, dan WhatsApp Business guna memperluas pangsa pasar dan memperkuat promosi produk. Pendekatan *content marketing* digunakan untuk menumbuhkan kreativitas peserta dalam membuat konten yang menarik, relevan, dan sesuai dengan karakteristik target konsumen. Selain itu, peserta juga diberikan pemahaman tentang pentingnya membangun *brand identity* melalui desain logo, konsistensi warna, narasi produk, serta interaksi aktif dengan pelanggan. Upaya ini diharapkan mampu menciptakan komunikasi dua arah yang berkelanjutan antara pelaku usaha dan konsumen, sehingga dapat memperkuat loyalitas pelanggan serta meningkatkan daya saing usaha di ranah digital.

## **B. Dampak dan Capaian Sosialisasi Pengelolaan Keuangan Bagi Pelaku Umkm Untuk Meningkatkan Efisiensi Dan Daya Saing**

Berdasarkan hasil survei yang ditampilkan pada Gambar Tanggapan Pelaku usaha mikro mengenai Sosialisasi Pengelolaan Keuangan Bagi Pelaku Umkm Untuk Meningkatkan Efisiensi Dan Daya Saing di kalangan pelaku usaha masih tergolong rendah. Dari total 10 responden, Berdasarkan hasil kuesioner yang melibatkan 10 responden, kondisi sebelum sosialisasi menunjukkan bahwa tingkat pemahaman pelaku UMKM terhadap pengelolaan dan pencatatan keuangan usaha masih rendah. Hal ini ditunjukkan oleh hanya 3 orang responden (30%) yang menyatakan telah memahami pengelolaan dan pencatatan keuangan usaha, sedangkan 7 orang responden (70%) belum paham. Rendahnya pemahaman ini berdampak pada lemahnya efisiensi usaha, yang secara langsung memengaruhi daya saing UMKM dalam menentukan harga dan mengelola biaya usaha.

Pada aspek pemanfaatan teknologi digital untuk meningkatkan daya saing usaha, sebelum sosialisasi hanya 2 orang responden (20%) yang menyatakan sudah paham, sementara 8 orang responden (80%) belum paham. Kondisi ini menunjukkan bahwa sebagian besar pelaku UMKM belum memanfaatkan teknologi digital secara optimal, sehingga daya saing usaha masih terbatas dalam hal pemasaran, promosi, dan perluasan pasar.



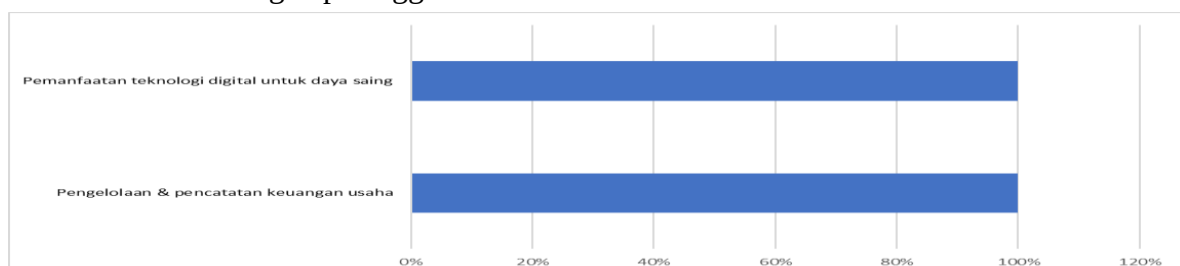
Sumber: Hasil Olahan

**Gambar 5.** Gambar Tanggapan Pelaku Usaha Terhadap Pengelolaan Keuangan Bagi Pelaku Umkm Untuk Meningkatkan Efisiensi Dan Daya Saing (Sebelum Sosialisasi)

Berdasarkan hasil kuesioner sebelum pelaksanaan kegiatan sosialisasi, tingkat pemahaman pelaku UMKM terhadap pengelolaan keuangan dan pemanfaatan teknologi digital masih tergolong rendah. Pada aspek pengelolaan dan pencatatan keuangan usaha, hanya 3 dari 10 responden (30%) yang menyatakan sudah paham, sedangkan 7 responden (70%) menyatakan belum paham. Hal ini menunjukkan bahwa sebagian besar pelaku usaha mikro belum memiliki pemahaman yang memadai mengenai pengelolaan keuangan usaha sebagai dasar peningkatan efisiensi.

Pada aspek pemanfaatan teknologi digital untuk meningkatkan daya saing usaha, kondisi yang sama juga terlihat. Hanya 2 responden (20%) yang menyatakan sudah paham, sementara 8 responden (80%) menyatakan belum paham. Kondisi ini menunjukkan bahwa pemanfaatan teknologi digital dalam kegiatan usaha masih sangat terbatas sebelum kegiatan sosialisasi dilaksanakan. Setelah pelaksanaan kegiatan sosialisasi, terjadi peningkatan pemahaman yang signifikan pada pelaku usaha. Pada aspek pengelolaan dan pencatatan keuangan usaha dan pemanfaatan teknologi digital untuk meningkatkan daya saing usaha.

Hasil ini menunjukkan bahwa kegiatan sosialisasi memberikan dampak positif karena mampu meningkatkan kesadaran dan pemahaman pelaku usaha terhadap peran strategis teknologi digital dalam mendukung daya saing usaha. Melalui sosialisasi, pelaku Usaha memperoleh pemahaman mengenai manfaat teknologi digital sebagai sarana promosi, pemasaran, dan perluasan jangkauan pasar yang lebih luas dan efisien. Pemanfaatan teknologi digital memungkinkan pelaku usaha untuk menjangkau konsumen di luar wilayah usaha, meningkatkan visibilitas produk, serta mempercepat proses transaksi dan komunikasi dengan pelanggan.



Sumber: hasil Olahan

**Gambar 6.** Gambar Tanggapan Pelaku Usaha Terhadap Pengelolaan Keuangan Bagi Pelaku Umkm Untuk Meningkatkan Efisiensi Dan Daya Saing (Sebelum Sosialisasi) (Sesudah Pelatihan) (Persen).

Selain itu, peningkatan pemahaman terhadap teknologi digital juga mendorong pelaku usaha mikro untuk lebih adaptif terhadap perubahan pola konsumsi masyarakat yang semakin berbasis digital. Dengan pemanfaatan platform digital, pelaku usaha memiliki peluang untuk meningkatkan efisiensi operasional dan memperkuat posisi usaha di tengah persaingan pasar yang semakin kompetitif. Oleh karena itu, kegiatan sosialisasi ini berkontribusi dalam membangun fondasi awal peningkatan daya saing usaha secara berkelanjutan.

## KESIMPULAN

BHasil kegiatan pengabdian masyarakat menunjukkan bahwa kegiatan sosialisasi dan pelatihan juga berperan penting dalam meningkatkan kemampuan manajerial dan literasi keuangan digital para pelaku usaha mikro. Melalui pengenalan aplikasi pencatatan keuangan digital seperti SI APIK, pelaku usaha belajar untuk melakukan pembukuan secara sistematis dan transparan, sehingga mampu memahami kondisi keuangan usaha mereka dengan lebih baik. Peningkatan kapasitas ini tidak hanya membantu dalam mengatur arus kas, tetapi juga meningkatkan peluang pelaku usaha mikro untuk memperoleh akses pembiayaan dari lembaga keuangan formal (BPS, 2024). Dengan demikian, literasi keuangan digital menjadi elemen strategis dalam membangun fondasi keberlanjutan usaha.

Pemanfaatan digitalisasi oleh pelaku usaha tidak hanya memberikan efisiensi operasional, tetapi juga meningkatkan daya saing melalui keterampilan praktis dalam mengelola usaha secara mandiri dan profesional. Pemahaman terhadap konsep pemasaran digital, pembangunan citra usaha, serta pemanfaatan e-commerce dan media sosial telah mendorong pelaku usaha mikro untuk lebih inovatif dalam mengembangkan usahanya tanpa ketergantungan terhadap pihak eksternal. Aspek tersebut menjadi pondasi penting dalam menciptakan masyarakat yang mandiri, adaptif, dan berdaya saing di era transformasi digital (Sari & Nugroho, 2022).

## DAFTAR PUSTAKA

- Antonius Ary Setyawan, Eva Desembrianita, Muhammad Hery Santoso, Syahril, & Rieneke Ryke Kalalo. (2025). Pemberdayaan Masyarakat Dalam Meningkatkan Kemandirian Ekonomi Lokal. *Jurnal Pengabdian Masyarakat Dan Riset Pendidikan*, 4(1), 1494–1503. <https://doi.org/10.31004/jerkin.v4i1.1769>
- Afifah N, Rahmawati D. Digital Marketing Strategy untuk UMKM di Era 4.0. *Jurnal Ekonomi dan Bisnis Digital*. 2021;5(2):45–56.
- Azizatul Fitriani, M. Ibrahim Baihaqi, & Muhammad Yasin. (2024). Keberhasilan Ekonomi Desa dan Sumber Daya Manusia terhadap Perekonomian Masyarakat. *Journal of Islamic Economics and Finance*, 2(2), 36–43. <https://doi.org/10.59841/jureksi.v2i2.1052>
- Badan Pusat Statistik & Kementerian Koperasi dan UKM Republik Indonesia. (2021). Statistik
- Deddy Junaedi, Mia Ananda, Yati Oktavia, Nur Isnin Wulandari, & Nur Fadila. (2024). Strategi Pemasaran Digital dalam Pengembangan Bisnis UMKM. *Hatta: Jurnal Pendidikan Ekonomi Dan Ilmu Ekonomi*, 1(2), 119–124. <https://doi.org/10.62387/hatta.v1i2.64>
- Drucker PF. *Innovation and Entrepreneurship*. New York: HarperBusiness; 2006.
- Erick Karunia, Muh.Irfandy Azis, Mohamad Nur Utomo, Shalahuddin Shalahuddin, Deni Marsha, Aswan Aswan, Olivia Pamilangan Andilolo, Nursia Nursia, Suryaningsih

- Suryaningsih, & Adhy Satya Pratama. (2025). Pemberdayaan UMKM Berbasis Digital melalui Penguatan Strategi Pemasaran, Literasi Keuangan, dan Ketahanan Ekonomi Lokal. *Jurnal Pengabdian Kepada Masyarakat Indonesia (JPKMI)*, 5(1), 58–69. <https://doi.org/10.55606/jpkmi.v5i1.6044>
- Erick Karunia, A., Pramudita, R., & Santoso, F. (2025). *Digital Transformation and Competitiveness of MSMEs in Indonesia*. *Journal of Entrepreneurship and Innovation*, 8(1), 45–59.
- Fayolle, A., & Gailly, B. (2015). The impact of entrepreneurship education on entrepreneurial attitudes and intention: Hysteresis and persistence. *Journal of Small Business Management*, 53(1), 75–93. <https://doi.org/10.1111/jsbm.12065>
- Hafsah, M. . J. (2004). Upaya pengembangan usaha, mikro, kecil, dan menengah UMKM. *Jurnal Infoskop*, 1(Upaya pengembangan umkm), <http://jurnal.unpad.ac.id/sosiohumaniora/article/view/12249/6227>
- Hasan M. Kewirausahaan: Teori dan Praktik. Jakarta: Salemba Empat; 2020.
- Kadeni, & Ninik Sriyani. (2020). PERAN UMKM (USAHA MIKRO KECIL MENENGAH) DALAM MENINGKATKAN KESEJAHTERAAN MASYARAKAT Kadeni 1) , Ninik Sriyani 2). *Equilibrium*, 8(2), 191–200.
- Kartikasari, R. D., Sumardi, A., Cahya Kartika, P., & Tanti, S. (2023). Pengembangan Media Pembelajaran Flipbook Mata Kuliah Bahasa Indonesia untuk Perguruan Tinggi. *Prosiding Seminar Nasional Penelitian LPPM UMJ*, 3,1–6. <http://jurnal.umj.ac.id/index.php/semnaslit>
- Kementerian Koperasi dan UKM Republik Indonesia. Statistik UMKM Tahun 2022. Jakarta: Kemenkop UKM; 2023.
- Kementerian Komunikasi dan Informatika Republik Indonesia. Survei Nasional Literasi Digital Indonesia 2022. Jakarta: Kominfo; 2023.
- Kementerian Pendidikan dan Kebudayaan. Panduan Merdeka Belajar – Kampus Merdeka. Jakarta: Kemendikbud; 2020.
- Kementerian Koperasi dan UKM Republik Indonesia. (2021). Peran UMKM dalam Pemulihan Ekonomi Nasional. Jakarta: Kementerian Koperasi dan UKM RI.
- Lackéus, M. (2015). Entrepreneurship in education: What, why, when, how. OECD Publishing. [https://www.oecd.org/cfe/leed/BGP\\_Entrepreneurship-in-Education.pdf](https://www.oecd.org/cfe/leed/BGP_Entrepreneurship-in-Education.pdf)
- Nugroho (2024). Pengaruh Teknologi Digital terhadap Peningkatan Pendapatan UMKM di Dusun Serut. <https://journal.uwks.ac.id/index.php/economie/article/viewFile/3581/1786>
- Nurhalimah, S., & Hidayat, R. (2022). *Pendekatan Partisipatif dalam Perencanaan Program Pengabdian kepada Masyarakat*. *Jurnal Pemberdayaan Sosial dan Ekonomi*, 4(1), 45–56. OECD. Empowering SMEs through Digital Transformation. Paris: OECD Publishing; 2021.
- Osterwalder A, Pigneur Y. Business Model Generation: A Handbook for Visionaries, Game Changers, and Challengers. Hoboken: Wiley; 2010.
- Prasetyo YT, Muchlis R. Pemberdayaan UMKM Berbasis Media Sosial dan Marketplace Digital. *Jurnal Pengabdian Kepada Masyarakat*. 2022;6(1):11–20.
- Ratten, V., & Usmanij, P. (2021). Entrepreneurship education: Time for a change in research direction? *Journal of Entrepreneurship Education*, 24(4), 1–8.
- Rahmawati, D., & Prasetyo, A. (2023). *Pemberdayaan UMKM melalui Literasi Digital di Era Ekonomi 4.0*. *Jurnal Pengabdian Masyarakat Indonesia*, 5(2), 112–124.
- Salsabila, G. A. S., Sriwindari, A., & Rahmawati, N. A. (2025). Digitalisasi Akuntansi untuk UMKM Sociopreneur: Meningkatkan Transparansi dan Keberlanjutan Keuangan. *Abdimisi*, 6(2), 45–51. <https://doi.org/10.32493/abms.v6i2.49971>

- Sari, N. P., & Nugroho, B. (2022). *Strategi Digital Marketing bagi UMKM: Analisis dan Implementasi di Masa Pasca Pandemi*. Jurnal Ekonomi dan Kewirausahaan, 10(3), 87–98.
- UMKM Nasional 2021. Jakarta: BPS & Kemenkop UKM RI.  
<https://www.kemenkopukm.go.id/uploads/statistik>
- Wahyuni S, Hadi S. Strategi Pengembangan UMKM melalui Literasi Keuangan dan Inovasi Digital. Jurnal Manajemen dan Kewirausahaan. 2023;15(1):33–41.
- Yuliaty, T., Sarah Shafira, C., & Rafi Akbar, M. (2020). Strategi UMKM Dalam Menghadapi Persaingan Bisnis Global Studi Kasus Pada PT. Muniru Burni Telong. *Journal Management*, 19(3), 293–308.
- Zahra Firdausya, L., Perwira Ompusunggu, D., & kunci, K. (2023). Usaha Mikro Kecil Dan Menengah (Umk) Di Era Digital Abad 21 Micro, Small and Medium Enterprises (Msme) the Digital Age of the 21 St Century. *Talijagad*, 2023(3), 14–18.  
<https://journal.unusida.ac.id/index.php/tali-jagad/index%7Ce>