

Pemberdayaan literasi keuangan dan digital bagi pelaku UMKM di Desa Kalimanggiskulon

Cucu Suhartini¹, Endang Darsih², Agie Hanggara³, Iyan Setiawan⁴
^{1,2,3} **Fakultas Keguruan dan Ilmu Pendidikan, Universitas Kuningan**
[*cucu.suhartini@uniku.ac.id](mailto:cucu.suhartini@uniku.ac.id)

ABSTRAK

Desa Kalimanggiskulon memiliki potensi ekonomi yang besar melalui Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah (UMKM). Namun, kurangnya literasi keuangan dan digital sering kali menjadi kendala utama dalam pengembangan usaha tersebut. Program pengabdian ini bertujuan untuk memberdayakan UMKM di Desa Kalimanggiskulon melalui edukasi literasi keuangan dan digital. Metode yang digunakan meliputi pelatihan intensif, pendampingan, dan monitoring berkelanjutan kepada para pelaku UMKM. Pelatihan literasi keuangan mencakup pengelolaan keuangan, perencanaan bisnis, dan akses terhadap layanan keuangan formal. Sedangkan pelatihan literasi digital berfokus pada penggunaan teknologi digital untuk pemasaran, pengelolaan operasional, dan peningkatan daya saing di pasar. Hasil dari kegiatan ini menunjukkan peningkatan pemahaman dan keterampilan para pelaku UMKM yang memproduksi keripik pisang dan gemblong dalam mengelola keuangan dan memanfaatkan teknologi digital, yang berkontribusi pada peningkatan kinerja dan keberlanjutan usaha mereka.

Kata Kunci : Literasi Keuangan, UMKM, Literasi Digital, Desa Kalimanggiskulon

ABSTRACT

Kalimanggiskulon Village has great economic potential through Micro, Small, and Medium Enterprises (MSMEs). However, the lack of financial and digital literacy is often the main obstacle in developing these businesses. This community service program aims to empower MSMEs in Kalimanggiskulon Village through financial and digital literacy education. The methods used include intensive training, mentoring, and ongoing monitoring of MSME actors. Financial literacy training includes financial management, business planning, and access to formal financial services. Meanwhile, digital literacy training focuses on the use of digital technology for marketing, operational management, and increasing competitiveness in the market. The results of this activity show an increase in the understanding and skills of MSME actors who produce banana chips and gemblong in managing finances and utilizing digital technology, which contributes to improving the performance and sustainability of their businesses.

Keywords: Financial Literacy, MSMEs, Digital Literacy, Kalimanggiskulon Village

Articel Received: 15/08/2024; **Accepted:** 29/10/2024

How to cite: Suhartini, C., Darsih, E., Hanggara, A., & Setiawan, I. (2024). Pemberdayaan literasi keuangan dan digital bagi pelaku UMKM di Desa Kalimanggiskulon. *Abdimas Siliwangi*, Vol 7 (3), 734-743. doi: 10.22460/as.v7i3.25407

A. PENDAHULUAN

Desa Kalimanggiskulon, yang terletak di Kecamatan Kalimanggis, Kabupaten Kuningan, berjarak sekitar 20 km dari pusat kota. Desa ini merupakan hasil pemekaran dari Desa Kalimanggis dan menempati area seluas 377,109 hektar. Terdiri dari 5 dusun yang terorganisir dalam 5 RW dan 32 RT, desa ini memiliki infrastruktur yang memadai dengan jalan yang baik. Dalam hal pendidikan, Kalimanggiskulon dilengkapi dengan

beberapa sekolah dasar, SMP, TK, RA, Paud, dan madrasah, yang tersebar di berbagai dusun, menjadikannya salah satu desa penting di wilayah tersebut.

Dari segi perekonomian, di Desa Kalimanggiskulon juga terdapat UMKM yang berfokus pada produksi keripik pisang dan gemblong. Namun sayangnya, kendala dalam pengelolaan dan pemasaran sering menjadi penghambat bagi UMKM ini untuk berkembang dan bersaing di pasar yang lebih luas. UMKM yang memproduksi keripik pisang dan gemblong seringkali mengalami kendala dalam hal literasi keuangan. Banyak dari pemilik usaha ini yang belum memiliki pengetahuan yang cukup dalam mengelola keuangan dengan baik. Aspek-aspek seperti pembukuan yang rapi, pemahaman tentang margin keuntungan, pengelolaan arus kas, dan perencanaan keuangan yang efektif seringkali terabaikan. Akibatnya, mereka kesulitan dalam mengukur keberhasilan usaha dan merencanakan ekspansi bisnis.

Di sisi pemasaran, meskipun produk seperti keripik pisang dan gemblong memiliki potensi pasar yang tinggi, namun UMKM ini masih banyak yang mengandalkan metode pemasaran konvensional seperti penjualan langsung di pasar lokal atau melalui perantara. Mereka belum banyak yang memanfaatkan teknologi digital untuk pemasaran, seperti media sosial, website, atau platform e-commerce yang dapat menjangkau konsumen yang lebih luas.

Mengingat kondisi tersebut, pentingnya edukasi mengenai literasi keuangan dan digital menjadi krusial untuk meningkatkan kemampuan dan daya saing UMKM keripik pisang dan gemblong. Program pengabdian ini dirancang khusus untuk memberikan pelatihan dan workshop intensif yang mengajarkan tentang pentingnya pembukuan yang baik, pengelolaan keuangan yang efektif, dan strategi pemasaran digital yang efisien. Tujuan utama dari program ini adalah untuk membekali pemilik dan pengelola UMKM dengan pengetahuan dan keterampilan yang dibutuhkan untuk mengoptimalkan potensi bisnis mereka. Kegiatan ini akan melibatkan kolaborasi antara lembaga pendidikan, praktisi industri, dan para stakeholder terkait. Fokus akan diberikan pada penerapan pengetahuan yang tidak hanya teoretis, tetapi juga aplikatif dan relevan dengan kondisi dan kebutuhan riil UMKM keripik pisang dan gemblong.

Fokus pengabdian ini adalah untuk memberdayakan Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah (UMKM) yang memproduksi keripik pisang dan gemblong dengan memperkuat dua aspek krusial: literasi keuangan dan pemasaran digital. Inisiatif ini

dirancang untuk mengatasi permasalahan spesifik yang dihadapi oleh UMKM tersebut dan menciptakan landasan yang kuat untuk pertumbuhan dan ekspansi mereka.

Berdasarkan situasi yang dijelaskan tentang UMKM di Desa Kalimanggiskulon, permasalahan utama yang dihadapi mencakup beberapa aspek penting, yaitu: pertama, Permasalahan literasi keuangan; Beberapa pemilik UMKM tidak melakukan pembukuan secara rutin atau sistematis, yang membuat mereka kesulitan dalam memonitor keuangan, menghitung profit, dan menilai kesehatan keuangan usaha. Selanjutnya, Kurangnya pengetahuan tentang produk keuangan seperti kredit usaha, asuransi, dan investasi menyebabkan pemilik UMKM tidak memanfaatkan layanan keuangan yang dapat membantu pertumbuhan dan perlindungan usaha. Kedua, Permasalahan literasi digital: Di Desa Kalimanggiskulon, masih terdapat Banyak UMKM belum menggunakan teknologi digital secara efektif, terutama dalam pemasaran online dan e-commerce, yang membatasi jangkauan pasar mereka hanya ke lingkungan local. Selain itu, Ketidaktahuan tentang cara efektif menggunakan iklan online, dan pemasaran konten membuat UMKM tidak bisa bersaing dengan pesaing yang lebih besar.

Program pengabdian masyarakat dapat menargetkan permasalahan ini dengan menawarkan solusi diantaranya mengadakan workshop dan pelatihan teratur tentang pembukuan dan manajemen keuangan, meningkatkan kesadaran tentang produk dan layanan keuangan melalui kerja sama dengan lembaga keuangan, dan menyediakan pelatihan tentang strategi pemasaran digital, termasuk penggunaan media sosial dan e-commerce.

B. LANDASAN TEORI

Pemberdayaan adalah proses peningkatan kapasitas individu atau kelompok untuk membuat pilihan dan mengubah pilihan tersebut menjadi tindakan yang efektif (Narayan, 2002). Dalam konteks pemberdayaan ekonomi, pemberdayaan pelaku UMKM melibatkan peningkatan akses terhadap sumber daya, informasi, dan peluang yang memungkinkan mereka untuk mengelola usaha mereka secara lebih efektif dan berkelanjutan). Sementara Literasi keuangan merujuk pada pengetahuan dan pemahaman tentang konsep keuangan dasar serta kemampuan untuk menerapkan pengetahuan ini dalam pengambilan keputusan yang berkaitan dengan keuangan pribadi atau bisnis (Lusardi & Mitchell, 2011). Bagi pelaku UMKM, literasi keuangan yang baik

sangat penting untuk mengelola arus kas, mengakses pendanaan, dan mengambil keputusan strategis yang berdampak pada kelangsungan usaha. Literasi digital adalah kemampuan untuk menggunakan teknologi informasi dan komunikasi (TIK) secara efektif dalam kehidupan sehari-hari, termasuk dalam konteks bisnis (Gilster, 1997). Bagi pelaku UMKM, literasi digital mencakup pemahaman tentang cara menggunakan platform digital untuk pemasaran, transaksi, dan manajemen operasional, serta kemampuan untuk mengadaptasi usaha dalam menghadapi perubahan teknologi. Integrasi literasi keuangan dan digital merupakan aspek kunci dalam pemberdayaan pelaku UMKM. Literasi keuangan memberikan dasar bagi pengelolaan bisnis yang sehat, sementara literasi digital memungkinkan pelaku UMKM untuk memanfaatkan teknologi dalam memperluas pasar dan meningkatkan efisiensi operasional. Penelitian menunjukkan bahwa UMKM yang memiliki literasi keuangan dan digital yang baik cenderung lebih inovatif, produktif, dan memiliki daya saing yang lebih tinggi (Rahayu & Day, 2017).

Berdasarkan hasil riset yang sudah dilakukan, terungkap bahwa pelatihan atau edukasi literasi keuangan dan literasi digital memberikan dampak yang signifikan terhadap kinerja UMKM. (Maya, dkk, 2024; Rahmayani, dkk, 2024) Pada kondisi saat ini bagaimana digitalisasi diterapkan pada seluruh proses pada sentra UMKM. (Lopus, J. S., Amidjono, D. S., & Grimes, P., 2019) Saat ini pola hidup masyarakat sudah berubah menjadi lebih praktis menggunakan teknologi, menggunakan media digital atau online saat ini sangat membantu sentra UMKM dan merupakan jenis adaptasi yang tepat. (Akbar, M., Misbahuddin, & Wahab, A, 2021; Dahmen, P. & Rodriguez, E, 2014; Mutegi, H. K., Njeru, P. W., & Ongesa, N, 2015).

C. METODE PELAKSANAAN

Metode pelaksanaan pengabdian ini terdiri dari tiga tahap utama: pelatihan intensif, pendampingan, dan monitoring berkelanjutan.



Gambar 1. Tahapan Pelaksanaan Pengabdian

Tahap pertama, pelatihan intensif, bertujuan untuk memberikan pemahaman mendalam kepada pelaku UMKM yang memproduksi gemblong dan keripik pisang di Desa Kalimanggiskulon mengenai literasi keuangan dan digital. Pelatihan ini dilaksanakan dalam beberapa sesi yang mencakup topik seperti pengelolaan keuangan usaha, perencanaan bisnis, pemasaran digital, dan penggunaan platform digital untuk operasional bisnis. Setelah pelatihan, program dilanjutkan dengan pendampingan, di mana para pelaku UMKM mendapatkan bantuan dalam menerapkan strategi yang telah dipelajari. Pendampingan ini dilakukan secara langsung melalui kunjungan rutin tim pengabdian, serta secara tidak langsung melalui layanan konsultasi online. Tahap terakhir adalah monitoring berkelanjutan, yang bertujuan untuk memastikan keberlanjutan dan efektivitas program. Monitoring dilakukan melalui evaluasi periodik, baik melalui survei maupun wawancara, untuk menilai perkembangan UMKM dalam aspek pengelolaan keuangan, penggunaan teknologi digital, dan peningkatan kinerja usaha. Hasil monitoring ini digunakan untuk menyesuaikan dan meningkatkan program agar tetap relevan dan efektif dalam memberdayakan UMKM di Desa Kalimanggiskulon.

D. HASIL DAN PEMBAHASAN

Kegiatan pengabdian ini dilaksanakan dengan mengikuti tiga tahapan utama, yaitu pelatihan intensif, pendampingan, dan monitoring berkelanjutan. Hasil dari kegiatan pengabdian yang dilakukan di Desa Kalimanggiskulon menunjukkan dampak positif yang signifikan pada pelaku UMKM setelah mengikuti pelatihan intensif, pendampingan, dan monitoring berkelanjutan.

1. Pelatihan Intensif

Pelatihan intensif merupakan komponen kunci dalam program pengabdian ini, dirancang untuk memberikan dasar pengetahuan dan keterampilan yang kuat kepada para pelaku UMKM di Desa Kalimanggiskulon. Pelatihan ini dilaksanakan secara luring dan dihadiri oleh 15 pelaku UMKM yang memproduksi gemblong dan keripik pisang, dengan menghadirkan pemateri ahli di bidang literasi keuangan dan digital. Materi pelatihan dibagi menjadi beberapa sesi, masing-masing berfokus pada aspek penting yang diperlukan oleh para pelaku UMKM untuk meningkatkan keberhasilan usaha mereka.

Sebagai contoh, pada sesi literasi keuangan, para peserta diajarkan cara menyusun laporan keuangan sederhana, termasuk pencatatan arus kas, neraca, dan laporan laba rugi. Pemateri menggunakan studi kasus dari UMKM lokal untuk menunjukkan pentingnya pencatatan keuangan yang akurat dalam menentukan kesehatan finansial bisnis. Peserta diminta untuk membuat laporan keuangan berdasarkan data fiktif yang diberikan selama sesi simulasi, sehingga mereka dapat langsung mempraktikkan apa yang telah dipelajari. Hasil dari latihan ini menunjukkan bahwa 85% peserta mampu menyusun laporan keuangan dengan benar, yang merupakan peningkatan signifikan dari pengetahuan awal mereka.

Pada sesi literasi digital, pelatihan berfokus pada strategi pemasaran digital, khususnya penggunaan media sosial dan platform e-commerce. Sebagai contoh, peserta diperkenalkan dengan cara membuat dan mengelola akun bisnis di platform seperti Instagram dan Facebook. Pemateri memberikan contoh kampanye pemasaran yang sukses dari UMKM lain yang telah berhasil meningkatkan penjualan melalui media sosial. Peserta kemudian diminta untuk merancang rencana pemasaran digital untuk produk mereka sendiri, termasuk pembuatan konten, jadwal posting, dan strategi interaksi dengan pelanggan. Setelah pelatihan, beberapa peserta melaporkan bahwa mereka mulai menerapkan strategi ini dan melihat peningkatan dalam jumlah pengikut dan interaksi pelanggan di akun media sosial mereka.

Pelatihan ini juga mencakup penggunaan platform e-commerce, di mana peserta diajarkan cara membuat toko online di marketplace populer seperti Tokopedia dan Shopee. Pemateri memberikan panduan langkah demi langkah tentang bagaimana cara mengunggah produk, menulis deskripsi yang menarik, dan mengoptimalkan penggunaan

fitur-fitur promosi yang tersedia di platform tersebut. Sebagai contoh, salah satu peserta yang memiliki usaha keripik berhasil mendapatkan pesanan baru setelah menerapkan teknik optimasi yang dipelajari selama pelatihan.

Secara keseluruhan, pelatihan intensif ini berhasil memberikan landasan yang kuat bagi para pelaku UMKM untuk mengelola keuangan mereka dengan lebih baik dan memanfaatkan teknologi digital untuk meningkatkan jangkauan pasar mereka. Contoh-contoh konkret yang disajikan selama pelatihan membantu peserta untuk memahami dan menerapkan konsep-konsep yang dipelajari dalam konteks usaha mereka sendiri. Dengan demikian, pelatihan ini tidak hanya bersifat teoretis, tetapi juga memberikan keterampilan praktis yang dapat langsung diterapkan oleh para pelaku UMKM di kehidupan sehari-hari mereka.



Gambar 2. Pelatihan Intensif oleh Pemateri



Gambar 3. Peserta Pelatihan pelaku UMKM

2. Pendampingan

Tahap Pendampingan merupakan tahap lanjutan dari pelatihan intensif, bertujuan untuk memastikan bahwa para pelaku UMKM dapat menerapkan pengetahuan dan keterampilan yang telah mereka peroleh secara efektif dalam menjalankan usaha mereka. Pendampingan ini dirancang untuk memberikan dukungan praktis yang

disesuaikan dengan kebutuhan spesifik masing-masing UMKM, melalui pendekatan langsung dan tidak langsung. Pendampingan langsung melalui kunjungan lapangan memungkinkan tim pengabdian untuk memberikan bimbingan khusus yang disesuaikan dengan kebutuhan masing-masing UMKM. Misalnya, beberapa UMKM yang sebelumnya kesulitan dalam mengatur cash flow, kini berhasil mengelola arus kas mereka dengan lebih baik setelah mendapatkan pendampingan. Pendampingan online juga memberikan fleksibilitas bagi peserta untuk mengakses bantuan kapan saja, yang sangat membantu dalam situasi yang memerlukan solusi cepat. Hasil dari pendampingan menunjukkan bahwa lebih dari 50% UMKM mengalami peningkatan dalam efisiensi operasional dan mulai melihat peningkatan omzet dalam tiga bulan pertama setelah program.

3. Monitoring Berkelanjutan

Monitoring berkelanjutan dilakukan untuk memastikan bahwa hasil dari pelatihan dan pendampingan tetap terjaga dan terus berkembang. Evaluasi melalui survei dan wawancara menunjukkan bahwa sebagian besar UMKM mampu mempertahankan dan bahkan meningkatkan praktik-praktik yang telah dipelajari. Selain itu, mereka juga lebih adaptif terhadap perubahan pasar dan mulai menggunakan data untuk membuat keputusan bisnis yang lebih baik. Monitoring ini juga mengidentifikasi beberapa area yang masih memerlukan perbaikan, seperti akses terhadap modal dan peningkatan keterampilan digital lebih lanjut. Temuan ini menjadi dasar bagi pengembangan program lanjutan yang lebih fokus dan efektif.

Secara keseluruhan, kegiatan pengabdian ini berhasil mencapai tujuan utamanya dalam memberdayakan pelaku UMKM di Desa Kalimanggiskulon. Peningkatan pengetahuan, keterampilan, dan praktik yang diperoleh melalui pelatihan, pendampingan, dan monitoring berkelanjutan memberikan fondasi yang kuat bagi pertumbuhan dan keberlanjutan usaha mereka. Namun, keberhasilan ini juga menunjukkan perlunya program lanjutan yang lebih mendalam, terutama dalam hal peningkatan akses terhadap teknologi dan modal usaha, untuk memastikan bahwa UMKM di desa ini dapat terus berkembang dan bersaing di pasar yang lebih luas.



Gambar 4. Kegiatan Monitoring

E. KESIMPULAN

Kegiatan pengabdian di Desa Kalimanggiskulon berhasil memberdayakan pelaku UMKM melalui pelatihan intensif, pendampingan, dan monitoring berkelanjutan. Pelatihan memberikan pengetahuan dan keterampilan dalam pengelolaan keuangan dan pemasaran digital, yang diimplementasikan dengan baik berkat dukungan langsung dan konsultasi online. Monitoring menunjukkan peningkatan penjualan dan efisiensi operasional di antara UMKM. Program ini terbukti efektif dalam meningkatkan kapasitas UMKM dan diharapkan menjadi model bagi desa lain, meski masih diperlukan program lanjutan untuk memperbaiki akses terhadap teknologi dan modal usaha.

F. ACKNOWLEDGMENTS

Kami mengucapkan terima kasih yang sebesar-besarnya kepada LPPM Universitas Kuningan atas dukungan dan pendanaan yang diberikan untuk kegiatan pengabdian ini. Selain itu, apresiasi setinggi-tingginya kepada semua pelaku UMKM di Desa Kalimanggiskulon yang telah aktif berpartisipasi dalam kegiatan ini.

G. DAFTAR PUSTAKA

Akbar, M., Misbahuddin, & Wahab, A. (2021). Pengaruh Literasi Keuangan Syariah Dan Perilaku Kewirausahaan Muslim Terhadap Kinerja Usaha Kecil (Studi Pada Usaha Kuliner di Kota Makassar). *Jurnal Lembaga Keuangan, Ekonomi dan Bisnis Islam*, 3(1), 25-39.

- Dahmen, P. & Rodriguez, E. (2014). Financial literacy and the success of small businesses: an observation from a small business development center. *International Journal Of Numeracy*, 7(12).
- Gilster, P. (1997). *Digital literacy*. John Wiley & Sons.
- Lopus, J. S., Amidjono, D. S., & Grimes, P. W. (2019). Improving Financial Literacy of the Poor and Vulnerable in Indonesia: An Empirical Analysis. *Biochemical Pharmacology*; 100168. <https://doi.org/10.1016/j.iree.2019.100168>.
- Lusardi, A., & Mitchell, O. S. (2011). Financial literacy around the world: An overview. *Journal of Pension Economics & Finance*, 10(4), 497-508. <https://doi.org/10.1017/S1474747211000448>
- Maya Ariyanti, Ajeng Luthiyatul Farida, Putri Fariska Sugestie, Adhi Prasetyo. (2024). Peningkatan Kapasitas UMKM Melalui Pengembangan Usaha Berbasis Digital. *E-Dimas, Education Pengabdian Kepada Masyarakat*. 15(1).
- Mutegi, H. K., Njeru, P. W., & Ongesa, N. T. (2015). Financial Literacy and Its Impact on Loan Repayment by Small and Medium Entrepreneurs. *International Journal of Economics, Commerce and Management*. 3(3). 1-28.
- Narayan, D. (2002). Empowerment and poverty reduction: A sourcebook. World Bank Publications. <https://doi.org/10.1596/0-8213-5166-4>
- Rahayu, R., & Day, J. (2017). E-commerce adoption by SMEs in developing countries: Evidence from Indonesia. *Procedia Social and Behavioral Sciences*, 195, 142-150. <https://doi.org/10.1016/j.sbspro.2017.03.178>
- Rahmayani, D., Putri, P. I., Rahman, Y. A., Pratiwik, E., & Vikia, Y. M. (2023). Scale Up Kapabilitas Keuangan Badan Usaha Milik Desa Dengan Aplikasi Sistem Informasi Desa Mandiri (SIDesRi). *Madaniya*, 4(1), 337-347. <https://doi.org/10.53696/27214834.398>