



## Pemberdayaan Warung Kecil Melalui Pelatihan Pengelolaan Keuangan dan Pemasaran Digital di Desa Jayamukti

*(Empowering Small Shops through Financial Management and Digital Marketing Training in Jayamukti Village)*

Sintia Pratiwi Nainggolan<sup>1\*</sup>, Ety Zuliawati Zed<sup>2</sup>, Halima Halima<sup>3</sup>

<sup>1-3</sup> Universitas Pelita Bangsa, Indonesia

Email : [sintiapratiwinainggolan@gmail.com](mailto:sintiapratiwinainggolan@gmail.com)<sup>1\*</sup>, [ettyzuliawatized@pelitabangsa.ac.id](mailto:ettyzuliawatized@pelitabangsa.ac.id)<sup>2</sup>, [hlyg385@gmail.com](mailto:hlyg385@gmail.com)<sup>3</sup>

### Article History:

Received: Oktober 14, 2024;

Revised: November 11, 2024;

Accepted: Desember 07, 2024;

Published: Desember 11, 2024

**Keywords:** Community empowerment, small shops, financial management, digital marketing, Jayamukti Village

**Abstract:** The aim of this community service is to empower small shop owners in Jayamukti Village by providing training on financial management and digital marketing. This training is expected to enhance the shop owners' skills in efficient financial management and their ability to utilize digital technology for marketing their products. The training was conducted with a practical approach, involving the delivery of material, case studies, and hands-on simulations. The results of this community service show an improvement in participants' understanding of managing shop finances and utilizing digital platforms for promotion, which is expected to increase the revenue and sustainability of small shops in the village.

### Abstrak

Tujuan dari pengabdian masyarakat ini adalah untuk memberdayakan pemilik warung kecil di Desa Jayamukti dengan memberikan pelatihan terkait pengelolaan keuangan dan pemasaran digital. Pelatihan ini diharapkan dapat meningkatkan keterampilan pengelola warung dalam hal manajemen keuangan yang efisien serta kemampuan memanfaatkan teknologi digital dalam memasarkan produk mereka. Pelatihan dilakukan dengan pendekatan praktis yang melibatkan pemaparan materi, studi kasus, dan simulasi langsung. Hasil dari pengabdian ini menunjukkan adanya peningkatan pemahaman peserta dalam mengelola keuangan warung dan memanfaatkan platform digital untuk promosi, yang pada akhirnya diharapkan dapat meningkatkan omzet dan keberlanjutan usaha warung kecil di desa tersebut.

**Kata Kunci:** Pemberdayaan masyarakat, warung kecil, pengelolaan keuangan, pemasaran digital, desa Jayamukti.

## 1. PENDAHULUAN

Usaha mikro, kecil, dan menengah (UMKM) memegang peranan yang sangat penting dalam perekonomian Indonesia, terutama di tingkat desa. Di Desa Jayamukti, sebagian besar masyarakat menggantungkan kehidupan mereka pada usaha warung kecil yang menjual berbagai kebutuhan pokok, makanan, dan minuman. Namun, meskipun memiliki potensi besar, sebagian besar usaha warung kecil di desa ini masih menghadapi berbagai kendala dalam mengelola usahanya secara optimal. Kendala yang paling menonjol adalah minimnya pengetahuan dalam pengelolaan keuangan yang efisien dan kurangnya pemanfaatan teknologi,

khususnya dalam pemasaran produk. Hal ini menyebabkan warung kecil di Desa Jayamukti sulit berkembang dan bersaing dengan usaha serupa yang lebih maju, baik di tingkat lokal maupun secara digital.

Peningkatan keterampilan dan pengetahuan dalam pengelolaan keuangan serta pemasaran digital menjadi kunci untuk meningkatkan daya saing dan keberlanjutan usaha warung kecil di desa tersebut. Banyak pemilik warung yang belum memanfaatkan pencatatan keuangan yang rapi, sehingga kesulitan dalam mengontrol arus kas, merencanakan pengeluaran, atau mengukur keuntungan secara tepat. Di sisi lain, pemasaran yang terbatas pada cara-cara tradisional membuat produk yang dijual oleh warung kecil hanya dikenal di kalangan pelanggan setempat saja, tanpa adanya upaya yang sistematis untuk memperluas pasar melalui platform digital yang saat ini banyak digunakan oleh masyarakat luas. Dalam era digital yang semakin berkembang pesat, pemasaran online menjadi sangat penting untuk memperkenalkan produk kepada pasar yang lebih luas. Media sosial, marketplace, dan aplikasi pesan instan dapat dimanfaatkan sebagai alat pemasaran yang efektif untuk menjangkau konsumen yang lebih banyak, bahkan di luar desa. Sayangnya, banyak pemilik warung yang belum terbiasa menggunakan teknologi ini dalam kegiatan usaha mereka, padahal pemanfaatan digital marketing yang tepat dapat mendongkrak omset penjualan secara signifikan.

Menyadari hal tersebut, pengabdian ini dilaksanakan dengan tujuan untuk memberdayakan pemilik warung kecil di Desa Jayamukti melalui dua pendekatan utama, yaitu pelatihan pengelolaan keuangan dan pemasaran digital. Pelatihan pengelolaan keuangan akan mengajarkan peserta mengenai pentingnya pencatatan yang teratur, penggunaan anggaran yang efisien, serta cara menyusun laporan keuangan sederhana untuk usaha mereka. Selain itu, pelatihan pemasaran digital bertujuan untuk memberikan keterampilan dalam memanfaatkan teknologi dan media sosial guna memperluas jaringan pasar dan meningkatkan penjualan.

Dengan adanya pelatihan ini, diharapkan pemilik warung kecil di Desa Jayamukti dapat mengelola keuangan usaha mereka dengan lebih baik dan memanfaatkan platform digital untuk memasarkan produk mereka dengan lebih efektif. Tidak hanya meningkatkan kualitas usaha mereka, tetapi juga menciptakan peluang bagi mereka untuk bersaing dalam pasar yang lebih luas, baik itu pasar lokal maupun global. Pada akhirnya, pemberdayaan ini diharapkan dapat mendukung pertumbuhan ekonomi lokal dan meningkatkan kesejahteraan masyarakat di Desa Jayamukti.

## **2. METODE**

### **Metode Pelaksanaan**

Kegiatan pengabdian ini dilakukan melalui pendekatan pelatihan yang meliputi dua materi utama: pengelolaan keuangan dan pemasaran digital. Pelatihan ini dilaksanakan langsung di warung umkm Desa Jayamukti yang melibatkan 3 orang.

#### **a) Pelatihan Pengelolaan Keuangan**

Pada sesi ini, peserta diberikan materi tentang dasar-dasar pengelolaan keuangan usaha, pentingnya pencatatan keuangan yang rapi, serta cara membuat laporan keuangan sederhana yang dapat digunakan untuk mengukur profitabilitas usaha. Pada metode ini pemilik warung kami sarankan untuk membuat rencana anggaran serta laporan keuangan menggunakan buku catatan dan juga pencatatan di handphone. Metode ini dilakukan agar setiap pengeluaran dan pemasukan dapat diketahui secara detail dan tidak merugikan warung, dan metode ini juga dapat mempermudah pemilik warung untuk mengetahui setiap laba rugi dan cara mengelola modal usaha.

#### **b) Pelatihan Pemasaran Digital**

Sebelum melaksanakan metode ini terlebih dahulu kami menjelaskan berbagai platform digital yang dapat digunakan untuk memasarkan produk warung. Platform digital yang kami jelaskan itu berupa WhatsApp Bussines, Instagram, Facebook Dan Shoope. Pada metode ini pemilik warung dapat memilih platform digital mana yang ingin di gunakan, karena pemilik warung memilih platform Facebook jadi kita langsung mengarahkan pemilik warung untuk membuat akun bisnis di platform Facebook dan mempromosikan produk barang nya dengan teknik dasar dalam membuat konten menarik dan kalimat menarik untuk menawarkan produk pemilik warung. Dengan menggunakan metode ini pemilik warung dapat menjangkau pasar yang lebih luas.

## **3. HASIL DAN PEMBAHASAN**

Setelah mengikuti pelatihan, pemilik warung menunjukkan peningkatan pemahaman yang signifikan tentang pentingnya pengelolaan keuangan yang terstruktur. Pemilik warung juga mampu menggunakan beberapa platform digital untuk mempromosikan produk warung mereka, seperti memanfaatkan media sosial untuk memasarkan produk.

### ***1. Peningkatan Pemahaman pemilik warung***

Pemilik warung menunjukkan pemahaman yang lebih baik terkait pencatatan pengelolaan keuangan. Setelah pelatihan, pemilik warung memperoleh pengetahuan yang lebih mendalam mengenai strategi pencatatan keuangan dan cara menyusun keuangan yang rapi.

## **2. Keterampilan dalam Pembuatan Konten**

Pemilik warung merasa lebih percaya diri dalam membuat konten yang menarik. Sebagian besar pemilik warung mulai memanfaatkan aplikasi seperti camera, untuk membuat postingan yang lebih menarik secara visual. Pemilik warung juga mempelajari teknik mengedit gambar produk yang difoto agar dapat meningkatkan daya tarik pelanggan, seperti penggunaan kalimat persuasif dan pemilihan kata yang tepat untuk menggambarkan produk mereka.

## **3. Penerapan Strategi Pemasaran Digital**

Beberapa UMKM peserta mulai menerapkan teknik pemasaran yang telah diajarkan, seperti menggunakan hashtag yang relevan, posting secara terjadwal, dan berinteraksi dengan pelanggan melalui komentar atau direct message. Beberapa di antaranya melaporkan adanya peningkatan interaksi dengan pelanggan di media sosial, yang berujung pada peningkatan minat beli terhadap produk mereka.

## **4. KESIMPULAN**

Pelatihan pengelolaan keuangan dan pemasaran digital yang dilaksanakan di Desa Jayamukti memberikan dampak positif bagi pemilik warung kecil. Setelah mengikuti pelatihan, peserta mampu mengelola keuangan usaha mereka dengan lebih baik, termasuk dalam hal pencatatan keuangan yang rapi, perencanaan anggaran, dan analisis keuntungan yang lebih tepat. Selain itu, para peserta juga mulai memanfaatkan media sosial dan platform digital untuk memasarkan produk mereka, yang meningkatkan visibilitas usaha mereka di pasar yang lebih luas.

Namun, meskipun terdapat kemajuan, beberapa peserta masih menghadapi kesulitan dalam membuat konten pemasaran yang menarik. Oleh karena itu, pendampingan lanjutan dan pelatihan lebih lanjut diperlukan untuk memastikan bahwa keterampilan pemasaran digital dapat diterapkan secara maksimal. Secara keseluruhan, pemberdayaan ini memberikan dasar yang kuat untuk pengembangan usaha warung kecil, yang dapat memperkuat daya saing dan keberlanjutan usaha mereka di era digital.

### **Saran**

Untuk keberlanjutan program, disarankan adanya pelatihan lanjutan dan pendampingan berkala mengenai pemasaran digital dan inovasi produk. Selain itu, penting juga untuk memperkenalkan lebih banyak platform digital yang dapat mendukung pemasaran dan transaksi jual beli bagi warung kecil.

## **REFERENSI**

- Mulyana, D., & Hidayat, A. (2020). *Pengelolaan Keuangan Usaha Mikro: Teori dan Praktik*. Pustaka Pelajar.
- Pratama, F., & Wulandari, R. (2021). *Pemasaran Digital untuk UMKM*. Gramedia.
- Pratama, S. (2021). Pengembangan UMKM Desa Melalui Pengelolaan Keuangan dan Digital Marketing. *Jurnal Ekonomi dan Pemberdayaan Masyarakat*, 10(1), 33-48.