

Pelatihan digital marketing dan pengelolaan keuangan UMKM Kelurahan Genjahan, Ponjong, Gunungkidul

Caesar Rosyad Achmadi^{1*}, Muhammad Harfiansyah Makarim², Agatha Saputri³,

R. Andro Zyllo Nugraha⁴, Arief Nurrahman⁵

^{1,2} Departemen Manajemen, Universitas Negeri Yogyakarta, Indonesia

^{3,4,5} Departemen Pendidikan Akuntansi, Universitas Negeri Yogyakarta, Indonesia

Article Info

Article history:

Received June 13, 2025

Accepted August 1, 2025

Published February 1, 2026

Kata Kunci:

Digital Marketing

Pengelolaan Keuangan

UMKM

Pengabdian

ABSTRAK

UMKM memiliki peran strategis dalam mendorong pertumbuhan ekonomi desa, namun keterbatasan akses dan pemanfaatan teknologi masih menimbulkan kesenjangan dalam literasi digital serta pengelolaan keuangan UMKM. Berdasarkan hasil observasi langsung di Kelurahan Genjahan, Kecamatan Ponjong, Kabupaten Gunungkidul, ditemukan bahwa sebagian pelaku UMKM belum memanfaatkan pemasaran digital secara optimal dan belum memiliki sistem pembukuan yang layak dalam pengelolaan keuangan usaha. Kegiatan pengabdian kepada masyarakat ini bertujuan untuk meningkatkan kapasitas pelaku UMKM di Kelurahan Genjahan dalam aspek pemasaran digital dan pengelolaan keuangan sederhana. Metode yang digunakan adalah *Participatory Learning and Action* (PLA) yang dilaksanakan melalui tahapan perencanaan, implementasi, dan evaluasi secara partisipatif. Kegiatan diawali dengan observasi lapangan untuk mengidentifikasi permasalahan dan kebutuhan mitra, kemudian dilanjutkan dengan pelatihan yang mencakup strategi *digital marketing* berbasis media sosial serta pencatatan keuangan baik secara manual maupun digital menggunakan Microsoft Excel. Hasil evaluasi menunjukkan adanya peningkatan pengetahuan dan keterampilan peserta pada kedua aspek tersebut. Mayoritas peserta menyatakan sangat setuju bahwa materi pelatihan bermanfaat, mudah dipahami, dan relevan dengan kebutuhan usaha mereka. Temuan ini menunjukkan bahwa pendekatan partisipatif efektif dalam meningkatkan literasi digital dan literasi finansial UMKM di wilayah Kelurahan Genjahan.



Corresponding Author:

Caesar Rosyad Achmadi,

Departemen Manajemen,

Universitas Negeri Yogyakarta,

Jl. Colombo No.1, Karang Malang, Caturtunggal, Kec. Depok, Kabupaten Sleman, Daerah Istimewa

Yogyakarta 55281

Email: *caesarrosyad@gmail.com

1. PENDAHULUAN

UMKM atau Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah mempunyai peran yang sangat strategis pada perekonomian Indonesia. Berdasarkan informasi pada laman DJPB Kemenkeu tahun 2024, lebih dari 60% PDB disumbang oleh UMKM serta mampu menyerap 97% tenaga kerja, serta berjumlah lebih dari 65 juta unit usaha [1]. Selain berkontribusi langsung pada perekonomian, Pemanfaatan teknologi yang efektif oleh UMKM dapat meningkatkan produktivitas dan keberlanjutan [2]. Peran UMKM yang lain adalah berperan dalam inovasi teknis dan pengembangan produk baru, yang sangat penting untuk pertumbuhan ekonomi dan daya saing [3].

Besarnya peran UMKM bagi perekonomian suatu negara perlu menjadi perhatian khusus bagi pemerintah dan akademisi untuk mendukung kelangsungan UMKM. Namun terdapat banyak permasalahan dan tantangan yang masih dihadapi UMKM khususnya pada daerah yang cukup tertinggal. Intervensi pemerintah, seperti penyediaan fasilitas kredit dan pelatihan, sangat penting untuk mengatasi tantangan-tantangan tersebut [4]. Walaupun sudah ada upaya dari pemerintah, UMKM masih sering menghadapi tantangan terkait akses ke pembiayaan, pemasaran, infrastruktur, dan sumber daya manusia [5].

Survei Nasional Literasi dan Inklusi Keuangan (SNLIK) pada tahun 2023 menunjukkan bahwa baru 20,5 juta dari 65 juta UMKM yang mempunyai ekosistem digital [6]. Berdasarkan data tersebut masih sangat besar jumlah UMKM yang belum menggunakan teknologi digital termasuk dalam mekanisme pemasaran. Padahal pemasaran digital dalam UMKM mempunyai dampak yang cukup signifikan. Beberapa manfaat yang diperoleh UMKM dengan pemasaran digital adalah efisiensi biaya, peningkatan basis pelanggan, dan akses ke pasar global [7, 8]. Selain permasalahan pemasaran, UMKM juga masih mengalami permasalahan dalam pengelolaan keuangan. Hal ini dibuktikan dengan informasi indeks literasi keuangan mencapai 65,43% pada tahun 2024, namun data khusus terkait UMKM menunjukkan bahwa sekitar 30% pelaku UMKM memiliki literasi keuangan yang memadai [9]. Fenomena tersebut menyebabkan banyak dampak negatif yaitu terbatasnya akses pembiayaan eksternal, pengelolaan risiko yang buruk, pengambilan keputusan finansial yang tidak akurat dan berakhir pada penurunan daya saing UMKM [10, 11]. Permasalahan pemasaran digital dan rendahnya literasi keuangan juga dialami UMKM di Kelurahan Genjahan, Kecamatan Ponjong, Gunungkidul, Daerah Istimewa Yogyakarta.



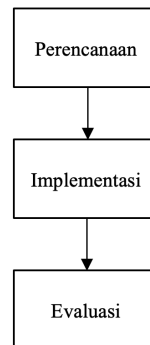
Gambar 1. Produk Makanan Tradisional UMKM Genjahan

Kelurahan Genjahan, Kecamatan Ponjong, Gunungkidul, mempunyai lebih dari 25 UMKM yang sebagian besar bergerak pada produk makanan tradisional. Pada gambar 1 terlihat produk unggulan UMKM pada Kelurahan Genjahan adalah Puli Tempe, Keripik Pisang, dan berbagai olahan khas lainnya berbahan dasar pisang dan ketela. Berdasarkan observasi langsung, sebagian UMKM yang belum menggunakan pemasaran digital serta belum mempunyai pembukuan atas pengelolaan keuangan UMKM yang dijalankan. Beberapa UMKM mengaku bahwa masih mengandalkan pemasaran produknya terbatas pada pasar lokal dan pembeli dari sekitar daerah Kelurahan Genjahan. Padahal Platform digital seperti media sosial, situs web, dan aplikasi dapat secara signifikan meningkatkan visibilitas makanan tradisional. Misalnya, penggunaan platform media sosial seperti Facebook dan Instagram telah terbukti efektif dalam mempromosikan produk makanan dan berinteraksi dengan audien yang lebih luas [12, 13]. Pada permasalahan keuangan, banyak UMKM di Genjahan juga tidak mempunyai pembukuan sederhana, sehingga kemungkinan uang pribadi dan uang usaha dapat bercampur atau tumpang tindih sehingga sulit untuk mengevaluasi keuntungan atau kerugian usahanya. Hal ini perlu menjadi perhatian khusus bagi akademisi dan pemerintah dalam mendukung daya saing UMKM khususnya di daerah yang cukup tertinggal.

Berdasarkan analisis situasi dan yang dialami mitra, kegiatan pengabdian perlu dilakukan untuk menjadi solusi atas tantangan dan permasalahan pelaku UMKM di Kelurahan Genjahan, Kecamatan Ponjong, Gunungkidul, Daerah Istimewa Yogyakarta. Pengabdian akan berfokus pada pelatihan pemasaran digital dan pengelolaan keuangan sederhana untuk UMKM. Kegiatan ini diharapkan mampu meningkatkan pengelolaan keuangan yang efisien, pemasaran yang efektif yang luas sehingga dapat meningkatkan daya saing UMKM pada pasar lokal maupun nasional.

2. METODE

Metode yang digunakan pada pengabdian ini adalah *Participatory Learning and Action*. Pembelajaran dan Aksi Partisipatif (PLA) adalah pendekatan kolaboratif yang menekankan refleksi dan pembelajaran kelompok untuk meningkatkan hasil [14]. Metode ini memfasilitasi partisipasi yang lebih mendalam dan koneksi di antara peserta, yang pada akhirnya membawa perubahan yang bermakna dalam praktik dan hubungan [15]. Pengabdian memilih metode ini agar penyampaian dan praktik materi lebih efektif bagi peserta [16].



Gambar 2. Bagan Tahapan Metode

Pengabdian ini dimulai dari tahap perencanaan, implementasi, dan diakhiri dengan melakukan evaluasi terhadap pengabdian yang dilakukan seperti ditunjukkan pada [Gambar 2](#). Perencanaan terdiri dari observasi langsung dan mengumpulkan informasi serta permasalahan mitra UMKM yang ada di Kelurahan Genjahan, Kecamatan Ponjong, Gunungkidul, Daerah Istimewa Yogyakarta. Berdasarkan observasi yang dilakukan, mitra UMKM masih belum menggunakan teknologi digital dalam memasarkan produknya dan belum mempunyai pencatatan keuangan yang baik untuk menunjang usaha yang dijalankan. Tahap implementasi terdiri dari penjelasan materi disertai praktik serta diskusi mengenai *digital marketing* dan pengelolaan keuangan untuk UMKM. Materi digital marketing terdiri dari pengenalan *digital marketing*, pemilihan platform dan media sosial dalam melakukan *digital marketing*, dan strategi *digital marketing* yang minim biaya. Kemudian pada pelatihan pengelolaan keuangan materi yang diberikan berupa pencatatan keuangan sederhana secara manual dan menggunakan Microsoft Excel, konsep-konsep dasar pencatatan keuangan, serta strategi pencatatan keuangan yang efektif dan efisien. Tahap selanjutnya evaluasi yang akan menunjukkan hasil dari pengabdian yang dilakukan, serta mengetahui literasi mitra setelah pengabdian dilakukan.

3. HASIL DAN PEMBAHASAN

3.1 Keberhasilan Jumlah Target Peserta

Tabel 1. Profil Peserta Pengabdian

Bidang UMKM	Jumlah	Pengelola
Makanan Tradisional	20	BUMDES Amanah Kelurahan Genjahan

Pada [Tabel 1](#) terlihat ketercapaian target jumlah peserta dapat dilihat dari jumlah keikutsertaan peserta pelatihan ini. Pada kegiatan pengabdian ini jumlah peserta yang ditargetkan adalah 25 UMKM yang ada di Kelurahan Genjahan, Kecamatan Ponjong, Gunungkidul, Daerah Istimewa Yogyakarta. Jumlah peserta yang hadir adalah 20 UMKM, hal ini berarti bahwa peserta yang hadir mencapai 80% dari yang ditargetkan. Mayoritas UMKM pada pelatihan ini bergerak pada makanan tradisional. Produk makanan tradisionalnya antara lain Puli Tempe, Keripik Pisang, Jenang Dodol, Lanting dan berbagai olahan Jamu. Tingginya animo peserta atau UMKM juga didukung dari pengelolaan BUMDES Amanah yang menjadi wadah aspirasi UMKM dalam mengembangkan usahanya di Kelurahan Genjahan.

3.2 Perencanaan Pelatihan

Perencanaan pelatihan diawali dengan observasi langsung mengenai penggunaan teknologi digital dalam pemasaran, serta survei pencatatan keuangan yang sudah dilakukan oleh UMKM di Kelurahan Genjahan, Kecamatan Ponjong, Gunungkidul, Daerah Istimewa Yogyakarta. Pertanyaan yang diajukan adalah

“Apakah Bapak/Ibu sudah menggunakan teknologi digital dalam melakukan pemasaran?” dan “Apakah Bapak/Ibu sudah melakukan pencatatan keuangan atas usaha yang dilakukan?”. Hasil yang didapatkan bahwa hanya beberapa UMKM saja yang sudah menggunakan pemasaran digital dan membuat pencatatan keuangan UMKM. Hal ini diperkuat oleh Bapak Partiyono selaku direktur BUMDES di Kelurahan Genjahan yang sudah diwawancarai bahwa penggunaan pemasaran digital dan kemampuan pencatatan keuangan UMKM di daerahnya masih sangat minim. Dapat disimpulkan bahwa UMKM di Kelurahan Genjahan memerlukan pelatihan pemasaran digital dan pengelolaan keuangan untuk menunjang usahanya.



Gambar 3. Observasi Awal UMKM

[Gambar 3](#) adalah foto observasi awal antara pelatih atau *trainer* bersama direktur BUMDES Amanah Bapak Partiyono dan lurah Genjahan yaitu Bapak Agung agar pengamatan permasalahan mitra UMKM dan informasi dapat lebih lengkap dan detail. Berdasarkan observasi tersebut, fokus materi pada pelatihan *digital marketing* adalah pemanfaatan media sosial dan platform digital minim biaya. Hal ini selaras dengan kapasitas UMKM yang masih minim, namun diharapkan bahwa mekanisme pemasaran digital tetap efektif menjangkau segmen yang luas. Sedangkan pada materi pengelolaan keuangan, fokusnya adalah pencatatan keuangan sederhana dengan metode manual (buku/lembar kertas) dan dalam bentuk digital yaitu Microsoft Excel. Jadi pelatihan ini didesain menjadi pelatihan yang praktis dan murah namun efektif untuk UMKM.

3.3 Implementasi Pelatihan

Pada tahap implementasi, pelatihan dimulai dari penjelasan definisi *digital marketing* kemudian diikuti dengan penjelasan manfaat dan kelebihannya. Kemudian peserta juga dijelaskan berbagai media sosial seperti Instagram, Tik-Tok, dan Facebook sebagai media pemasaran yang murah dan efektif. Selain itu, materi mengenai platform e-commerce yang potensial dijadikan alat pemasaran digital yaitu Shopee dan Tokopedia juga direkomendasikan untuk digunakan untuk memperluas pangsa pasar produk makanan tradisional yang dijual UMKM. Pada pelatihan ini peserta juga bisa mempraktekkan secara langsung bagaimana membuat tagar dan judul yang menarik untuk memasarkan produknya. Peserta pelatihan juga terlibat diskusi secara langsung dalam hambatan-hambatan yang dialami dalam memasarkan produknya secara digital atau *online*. Hasil yang diperoleh peserta cukup memahami materi yang disampaikan dan mampu berdiskusi secara aktif.

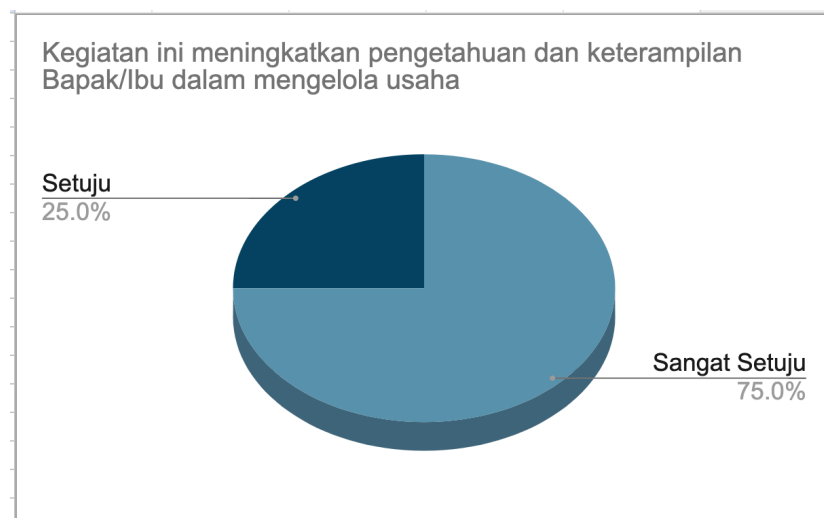


Gambar 4. Penjelasan Materi Digital Marketing dan Pengelolaan Keuangan

Pelatihan pengelolaan keuangan diawali dengan manfaat dan kelebihan pengelolaan yang efektif untuk UMKM yang terlihat pada gambar 4. Media yang bisa digunakan seperti media buku atau lembar kertas bisa digunakan sebagai pencatat harian, media digital seperti Microsoft Excel juga dapat digunakan agar pengelolaan keuangan semakin efektif dan efisien. Pada pelatihan pengelolaan keuangan ini peserta langsung mencatat pemasukan dan pengeluaran UMKM masing-masing pada periode harian sampai mingguan. Hasilnya peserta mampu mencatat keuangan UMKM sesuai dengan standar akuntansi yang benar untuk menunjang usahanya.

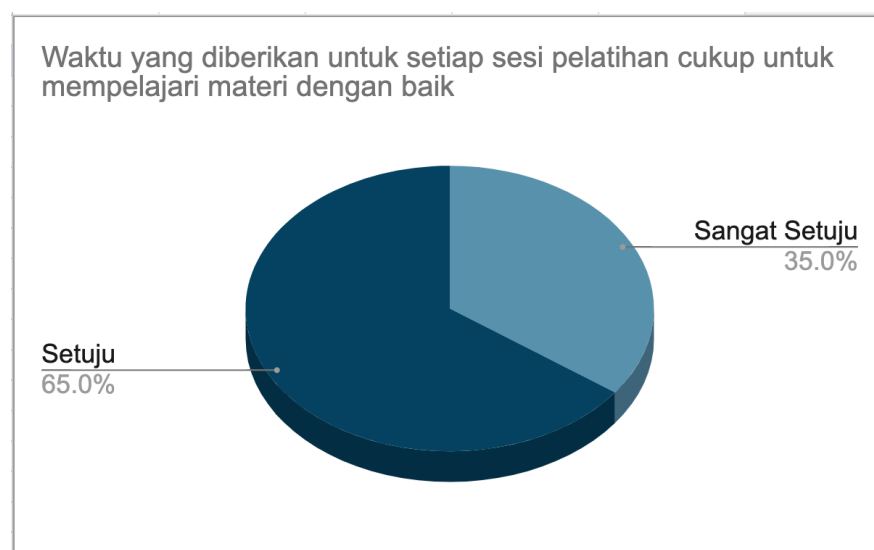
3.4 Evaluasi Pelatihan

Evaluasi pelaksanaan pelatihan *digital marketing* dan pengelolaan keuangan UMKM dilakukan untuk mengetahui sejauh mana kegiatan ini efektif dan memberikan dampak positif bagi peserta. Evaluasi dilakukan dari tiga aspek utama, yaitu: (1) Materi kegiatan pelatihan, (2) Sarana dan prasarana pelatihan, dan (3) Kinerja instruktur atau trainer. Pernyataan survei dalam evaluasi diukur dengan pernyataan Sangat Setuju, Setuju, Cukup Setuju, Tidak Setuju, dan Sangat Tidak Setuju.



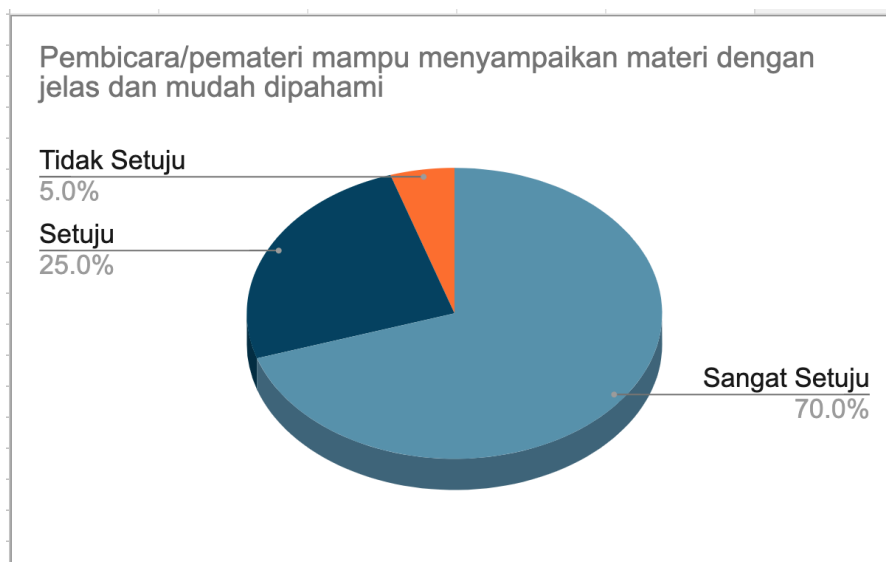
Gambar 5. Pie chart evaluasi pelatihan aspek materi pelatihan

Pada [Gambar 5](#) terlihat sebagian besar peserta menilai bahwa materi yang disampaikan sangat membantu mereka dalam mengelola usaha. Berdasarkan hasil kuesioner, sebanyak 75% peserta menyatakan “Sangat Setuju” bahwa pelatihan ini meningkatkan pengetahuan dan keterampilan mereka dalam mengelola usaha, sementara 25% menyatakan “Setuju”. Tidak ada responden yang merasa kegiatan ini tidak bermanfaat. Hal ini berarti bahwa materi *digital marketing* dan pengelolaan keuangan dirasakan berimplikasi pada pengetahuan dan keterampilan peserta pelatihan.



Gambar 6 Pie chart evaluasi pelatihan aspek sarana dan prasarana

Berdasarkan [Gambar 6](#) terlihat sebagian besar peserta menilai bahwa waktu yang diberikan pada setiap sesi pelatihan cukup untuk mempelajari materi dengan baik. Berdasarkan hasil kuesioner, sebanyak 35% peserta menyatakan “Sangat Setuju” bahwa waktu yang diberikan untuk setiap sesi pelatihan cukup untuk mempelajari materi dengan baik, sementara 75% menyatakan “Setuju”. Tidak ada responden yang merasa bahwa waktu yang diberikan tidak cukup atau diwakili dengan pernyataan tidak setuju. Jadi materi pelatihan *digital marketing* dan pengelolaan keuangan tersampaikan dengan baik dengan waktu yang sudah disediakan dari tim pengabdian pada UMKM.



Gambar 7. Pie chart Evaluasi Pelatihan Aspek Kinerja Pelatih/Trainer

[Gambar 7](#) menunjukkan kinerja narasumber mendapatkan penilaian yang positif. Sebanyak 70% peserta menyatakan “Sangat Setuju”, 25% “Setuju”, dan hanya 5% yang “Tidak Setuju” terhadap pernyataan bahwa pembicara mampu menyampaikan materi dengan jelas dan mudah dipahami. Dapat disimpulkan bahwa peserta pelatihan mendapatkan materi *digital marketing* dan pengelolaan yang jelas dan dapat dipahami oleh UMKM di Kelurahan Genjahan dan diharapkan berimplikasi positif pada usaha yang dijalankan.

3. KESIMPULAN

Berdasarkan permasalahan mitra UMKM yaitu minimnya penggunaan pemasaran digital dan literasi pengelolaan keuangan di Kelurahan Genjahan, Ponjong, Gunungkidul, dapat disimpulkan bahwa program ini memberikan dampak positif yang signifikan terhadap peningkatan pengetahuan dan keterampilan peserta. Sebagian besar peserta (75%) menyatakan sangat setuju bahwa pelatihan ini meningkatkan kapasitas mereka dalam aspek pemasaran digital dan manajemen keuangan sederhana, sedangkan 25% lainnya menyatakan setuju. Selain itu, pemateri dinilai mampu menyampaikan materi dengan baik, terlihat dari 70% peserta yang sangat setuju dan 25% yang setuju atas kejelasan dan kemudahan pemahaman materi yang disampaikan, meskipun terdapat 5% yang merasa kurang puas. Sarana dan prasarana yang disediakan juga cukup memadai, meskipun ada usulan perbaikan dalam penyediaan perangkat praktik. Secara keseluruhan, pelatihan ini dinilai berhasil mencapai tujuannya dan dapat dijadikan model pelatihan serupa untuk wilayah lain, dengan rekomendasi untuk menambah sesi pendampingan lanjutan secara daring maupun luring agar implementasi materi lebih optimal.

DAFTAR PUSTAKA

- [1] Supriyanto, "Mendorong Pertumbuhan Ekonomi lewat KUR dan Insentif UMKM."
- [2] H. Hernita, B. Surya, I. Perwira, H. Abubakar, and M. Idris, "Economic business sustainability and strengthening human resource capacity based on increasing the productivity of small and medium enterprises (SMES) in Makassar city, Indonesia," *Sustainability Switzerland*, vol. 13, no. 6, pp. 1-37, 2021, doi: [10.3390/su13063177](https://doi.org/10.3390/su13063177)
- [3] D. Singh, J. S. Khamba, and T. Nanda, "Exploring the determinants of technology innovation in MSMEs," *International Journal of Engineering Research in Africa*, vol. 13, pp. 103-115, 2015, doi: [10.4028/www.scientific.net/JERA.13.103](https://doi.org/10.4028/www.scientific.net/JERA.13.103)
- [4] H. T. Aregawi and B. C. M. Patnaik, "Impact of Government Intervention on Manufacturing Enterprises

- Innovation level, in Ethiopia," *Cogent Economics and Finance*, vol. 11, no. 1, 2023, doi: [10.1080/23322039.2023.2182034](https://doi.org/10.1080/23322039.2023.2182034)
- [5] S. Garg and P. Agarwal, "Micro, small and medium enterprises in India: A review of growth and challenges in the present scenario," *International Journal of Applied Business and Economic Research*, vol. 15, no. 4, pp. 579-590, 2017.
- [6] Tarigan, "Rendahnya Tingkat Literasi Digital Jadi Tantangan Digitalisasi UMKM,"
- [7] A. Loku and R. Havolli, "Leveraging Digital Marketing for Competitive Advantage: Strategic Insights and Operational Impacts on Small and Medium-Sized Enterprises in the Digital Economy," *Pak J Life Soc Sci*, vol. 22, no. 2, pp. 12318-12328, 2024, doi: [10.57239/PJLSS-2024-22.2.00881](https://doi.org/10.57239/PJLSS-2024-22.2.00881)
- [8] C. Mocanu, M. M. M. Matei, and A. Năstăsă, "Patterns of Artificial Intelligence Adoption in Small and Medium Businesses," in *Springer Proceedings in Business and Economics*, 2024, pp. 385-398. doi: [10.1007/978-3-031-59858-6_26](https://doi.org/10.1007/978-3-031-59858-6_26)
- [9] R. S. Tomy Dwi Cahyono, "Dampak Literasi Keuangan, Literasi digital dan Finansial Teknologi Terhadap Keberlanjutan Bisnis Pelaku UMKM Di Kabupaten Sumbawa," *Jurnal Ilmiah Rafflesia Akuntansi* Volume 10 Nomor 2, 2024, doi: [10.53494/jira.v10i2.604](https://doi.org/10.53494/jira.v10i2.604)
- [10] E. Masdupi, Firman, R. Rasyid, and M. O. Darni, "Financial literacy and sustainability in SMEs: Do financial risk attitude, access to finance, and organizational risk-taking tolerance mediate?," *Asian Economic and Financial Review*, vol. 14, no. 1, pp. 43-58, 2024, doi: [10.55493/5002.v14i1.4959](https://doi.org/10.55493/5002.v14i1.4959)
- [11] N. B. Ngeke, "Performance implications of financial capital availability on the financial literacy - Performance nexus in South Africa," *Investment Management and Financial Innovations*, vol. 13, no. 2, pp. 354-362, 2016, doi: [10.21511/imfi.13\(2-2\).2016.10](https://doi.org/10.21511/imfi.13(2-2).2016.10)
- [12] C. M. G. Torres and C. R. Vega, "Estrategias de Marketing Digital en las Cadenas de Comida Rápida en Colombia: Un Análisis Exploratorio en Medios Sociales," *Visual Review International Visual Culture Review Revista Internacional De Cultura*, vol. 16, no. 8, pp. 67-80, 2024, doi: [10.62161/revvisual.v16.5380](https://doi.org/10.62161/revvisual.v16.5380)
- [13] T. Dearlove, A. Begley, J. A. Scott, and G. Devenish-Coleman, "Digital marketing of commercial complementary foods in australia: An analysis of brand messaging," *Int J Environ Res Public Health*, vol. 18, no. 15, 2021, doi: [10.3390/ijerph18157934](https://doi.org/10.3390/ijerph18157934)
- [14] S. Allaham et al., "Participatory learning and action (PLA) to improve health outcomes in high-income settings: A systematic review protocol," *BMJ Open*, vol. 12, no. 2, 2022, doi: [10.1136/bmjopen-2021-050784](https://doi.org/10.1136/bmjopen-2021-050784)
- [15] D. Andrews, *Training for Transformation: Reflections on In situ Community Work Training in Brisbane*. 2016.
- [16] C. R. Achmadi, P. Rahmawaty, L. N. Hidayati, and I. Mustaqim, "Pelatihan Artificial Intelligence untuk Penulisan Karya Tulis Ilmiah bagi Guru Sekolah Menengah Pertama," *Jurnal Abdi Masyarakat Indonesia*, vol. 5, no. 3, pp. 739-744, May 2025, doi: [10.54082/jamsi.1684](https://doi.org/10.54082/jamsi.1684)

