



TRANSFORMASI UMKM DESA MELALUI LITERASI KEUANGAN DAN BRANDING DIGITAL MENUJU EKONOMI INKLUSIF: STUDI KASUS KELOMPOK UMK MEKAR LESTARI – BUMDES SERDANG TIRTA KENCANA

Transforming Village MSMEs through Financial Literacy and Digital Branding Towards an Inclusive Economy: a Case Study of Mekar Lestari MSME Group – Serdang Tirta Kencana Village-Owned Enterprises

Nila Krisnawati*, Tabligh Permana, Agung Joni Saputra

Fakultas Bisnis dan Komunikasi Universitas Swiss German

The Prominence Tower Alam Sutera, Jl. Jalur Sutera Bar. No.Kav 15, Kota Tangerang, Banten

*Alamat Korespondensi : nila.hidayat@sgu.ac.id

(Tanggal Submission: 15 September 2025, Tanggal Accepted : 25 Oktober 2025)

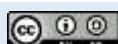


Kata Kunci :

*Literasi
Keuangan,
Branding
Digital,
BUMDes, UMK,
Ekonomi Digital
Inklusif*

Abstrak :

Program pengabdian kepada masyarakat ini dilaksanakan untuk menjawab tantangan rendahnya literasi keuangan dan keterbatasan branding digital pada kelompok UMK Mekar Lestari yang berada di bawah binaan BUMDes Serdang Tirta Kencana, Desa Serdang Wetan, Kabupaten Tangerang. Kegiatan yang dilaksanakan pada 8-10 Juli 2025 di balai desa Serdang Wetan ini bertujuan meningkatkan kapasitas pelaku UMK dalam pencatatan transaksi, penyusunan laporan keuangan sederhana, serta pemanfaatan strategi branding dan pemasaran digital yang dilakukan oleh Tim dosen dari Universitas Swiss German, yang terdiri dari 3 orang dosen, 1 staf, dan 1 orang mahasiswa. Metode yang digunakan adalah pendekatan partisipatif berbasis kebutuhan mitra melalui tahapan identifikasi permasalahan, perancangan solusi, pelatihan, pendampingan teknis, serta evaluasi dan monitoring. Hasil kegiatan menunjukkan adanya peningkatan signifikan pada kemampuan peserta yang berjumlah 13 (tiga belas) orang, dalam menyusun laporan keuangan sederhana, memperbaiki kemasan produk, serta memanfaatkan media sosial dan marketplace sebagai sarana promosi. Peserta juga menunjukkan peningkatan pengetahuan dan keterampilan berdasarkan perbandingan hasil pre-test dan post-test. Hasil dari pelatihan dan pendampingan ini adalah peningkatan kapasitas literasi keuangan dan branding digital UMK Mekar Lestari, serta memberikan kontribusi pada penguatan peran BUMDes dalam pembangunan ekonomi desa menuju ekosistem digital yang lebih inklusif.



Key word :	Abstract :
<i>Financial Literacy, Digital Branding, BUMDes, MSMEs, Inclusive Digital Economy</i>	<p>This community service program was implemented to address the challenges of low financial literacy and limited digital branding capacity among members of UMK Mekar Lestari, under the supervision of BUMDes Serdang Tirta Kencana in Serdang Wetan Village, Tangerang Regency. The activities, conducted on July 8-10, 2025 at the Serdang Wetan Village Hall, aimed to enhance the capacity of micro-enterprise actors in transaction recording, preparation of simple financial reports, and the utilization of digital branding and marketing strategies. The program was carried out by a team from Swiss German University, consisting of three lecturers, one staff member, and one student. The method employed was a participatory, needs-based approach, which involved several stages, problem identification, solution design, training, technical assistance, as well as evaluation and monitoring. The results demonstrated a significant improvement among the 13 (thirteen) participants in preparing simple financial reports, improving product packaging, and utilizing social media and online marketplaces as promotional platforms. Furthermore, participants exhibited measurable increases in knowledge and skills, as evidenced by the comparison of pre-test and post-test results. The outcomes of this training and mentoring program indicate an enhancement of financial literacy and digital branding capacity within UMK Mekar Lestari. In addition, the program contributed to strengthening the role of BUMDes in supporting village economic development toward a more inclusive digital ecosystem.</p>

Panduan sitasi / citation guidance (APPA 7th edition) :

Krisnawati, N., Permana, T., & Saputra, A. J. (2025). Transformasi UMKM Desa Melalui Literasi Keuangan dan Branding Digital Menuju Ekonomi Inklusif: Studi Kasus Kelompok UMK Mekar Lestari – Bumdes Serdang Tirta Kencana. *Jurnal Abdi Insani*, 12(10), 5511-5522. <https://doi.org/10.29303/abdiinsani.v12i10.3070>

PENDAHULUAN

Pembangunan desa menjadi salah satu fokus utama dalam upaya pemerataan ekonomi dan pencapaian pembangunan berkelanjutan di Indonesia. Desa tidak hanya diposisikan sebagai objek pembangunan, tetapi juga sebagai subjek aktif dalam mendorong pertumbuhan ekonomi yang inklusif dan partisipatif. Salah satu kebijakan strategis Pemerintah Indonesia dalam hal ini adalah pembentukan Badan Usaha Milik Desa (BUMDes) sebagai lembaga ekonomi desa yang berfungsi untuk mengelola potensi lokal secara produktif dan berkelanjutan (Syata WM, 2024). Berdasarkan data Kementerian Desa, Pembangunan Daerah Tertinggal, dan Transmigrasi (Kemendesa PDTT), hingga 19 Maret 2025 tercatat terdapat 63.846 BUMDes yang tersebar di seluruh wilayah Indonesia (Kemendesa PDTT, 2025). Namun, kemajuan kuantitatif tersebut belum secara merata menunjukkan keberhasilan dalam meningkatkan kesejahteraan masyarakat desa.

Sejumlah tantangan internal dan eksternal masih menghambat efektivitas operasional BUMDes, seperti keterbatasan kapasitas sumber daya manusia, ketidakteraturan sistem manajemen keuangan, dan rendahnya adaptasi terhadap inovasi pemasaran berbasis digital (Fitriyani, 2025). Permasalahan tersebut menyebabkan stagnasi usaha dan kegagalan BUMDes dalam menjalankan peran strategisnya sebagai penggerak ekonomi lokal. BUMDes Serdang Tirta Kencana yang berlokasi di Desa Serdang Wetan, Kecamatan Legok, Kabupaten Tangerang, merupakan salah satu BUMDes dengan potensi ekonomi lokal yang menjanjikan. Melalui unit usaha seperti kelompok UMK Mekar



Lestari yang memproduksi aneka kuliner dan produk lokal, BUMDes ini berperan dalam mendorong ekonomi desa.

UMK Mekar Lestari merupakan kelompok usaha berbasis desa dan memiliki anggota aktif sebagai pelaku usaha, dengan produk utama mayoritas anggota berupa kuliner makanan dan olahan lokal lainnya. Produk-produk tersebut sebenarnya memiliki potensi untuk dikembangkan lebih lanjut, baik dari sisi kualitas maupun pangsa pasar. Namun, berdasarkan hasil asesmen awal dan diskusi kelompok terarah (FGD) bersama mitra, ditemukan bahwa setelah pandemi Covid-19, proses bisnis kembali menurun tanpa dokumentasi yang memadai. Permasalahan yang dihadapi oleh mitra usaha desa ini mencakup lemahnya kemampuan pencatatan keuangan, belum adanya sistem manajemen usaha yang terdokumentasi, serta keterbatasan dalam *branding* dan pemasaran digital. Produk yang dihasilkan belum memiliki daya saing yang kuat, baik dari segi kemasan, kualitas, maupun penetrasi pasar. Minimnya penggunaan sarana promosi digital seperti media sosial dan katalog *online* juga menjadi penghambat ekspansi usaha ke pasar yang lebih luas.

Penelitian oleh Krisnawati & Permana (2024) menegaskan bahwa lebih dari 65% BUMDes di Kabupaten Tangerang mengalami permasalahan serupa, yaitu keterbatasan kapasitas sumber daya masyarakat, rendahnya partisipasi masyarakat, lemahnya sistem pencatatan keuangan dan rendahnya inovasi dalam pemasaran digital. *Gap analysis* dalam penelitian tersebut menunjukkan perlunya intervensi strategis melalui pendampingan berkelanjutan dalam dua aspek utama, yaitu literasi keuangan dan digitalisasi *branding* untuk mendukung kelangsungan usaha desa. Literasi keuangan mencakup kemampuan dalam pencatatan transaksi, penyusunan laporan keuangan sederhana, hingga analisis usaha berbasis data. Sementara itu, *branding* digital mencakup kemampuan dalam mengembangkan identitas merek, memperbaiki kemasan, pemanfaatan media sosial, serta mengelola *platform* digital untuk promosi dan interaksi dengan konsumen (Fatimah *et al.*, 2022).

Beberapa program pengabdian kepada masyarakat sebelumnya telah dilakukan untuk meningkatkan kapasitas pelaku UMKM desa, namun banyak diantaranya yang bersifat satu arah, terbatas pada pelatihan formal, dan tidak berlanjut pada fase pendampingan aplikatif. Dalam konteks ini, pendekatan intervensi yang dirancang harus mampu menjawab tantangan secara menyeluruh, dari hulu ke hilir. Di sisi hulu, pelaku usaha harus dibekali dengan kemampuan dasar dalam mengelola keuangan secara sistematis dan akuntabel. Di sisi hilir, mereka perlu memiliki keterampilan dalam membangun citra produk dan memasarkannya secara digital agar mampu bersaing di pasar yang semakin kompetitif. Kombinasi pendekatan ini diyakini dapat memperkuat keberlanjutan usaha desa dan memperluas jangkauan pasar produk lokal (Marisya & Darussalam, 2022). Desa Serdang Wetan memiliki posisi geografis yang strategis, yakni sebagai kawasan penyangga ekonomi urban Kabupaten Tangerang dan Banten. Aksesibilitas infrastruktur yang baik seharusnya menjadi modal untuk mengembangkan jejaring usaha yang lebih luas. Namun demikian, potensi ini belum mampu dimanfaatkan secara optimal oleh pelaku UMKM khususnya UMK Mekar Lestari karena masih terhambat permasalahan literasi digital dan *branding* digital. Dalam situasi seperti ini, dibutuhkan program pemberdayaan yang berbasis partisipatif dan kontekstual, dengan pendampingan intensif dari perguruan tinggi sebagai mitra strategis.

Program pengabdian ini dirancang sebagai bentuk kontribusi nyata untuk menjawab tantangan-tantangan tersebut. Program ini bertujuan untuk memperkuat pemahaman pelaku UMKM mitra dalam literasi keuangan melalui pelatihan pencatatan transaksi, penyusunan laporan keuangan sederhana, dan analisis dasar usaha. Selain itu, program ini juga bertujuan untuk meningkatkan kemampuan *branding* dan pemasaran digital dengan memberikan pelatihan teknis, pendampingan perbaikan kemasan, serta mengelola platform media sosial dan *e-marketplace*. Diharapkan, kegiatan ini tidak hanya berkontribusi dalam meningkatkan kinerja ekonomi BUMDes dan UMKM mitra, tetapi juga menjadi model replikasi yang dapat diadopsi oleh desa lain di wilayah Tangerang dan sekitarnya. Dalam jangka panjang, program ini diharapkan dapat memperkuat peran BUMDes sebagai agen



perubahan yang mampu meningkatkan kesejahteraan masyarakat desa secara nyata dan berkelanjutan.

Secara substansial, program ini sejalan dengan beberapa agenda strategis nasional. Dalam konteks *Sustainable Development Goals (SDGs)* berkontribusi pada poin 1 (Tanpa Kemiskinan) dan poin 8 (Pekerjaan Layak dan Pertumbuhan Ekonomi). Program ini mendukung Asta Cita poin 3 (Kewirausahaan dan Industri Kreatif), poin 4 (Penguatan Sumber Daya Manusia), dan poin 6 (Pembangunan dari Desa). Dalam kerangka kebijakan pendidikan tinggi, program ini berkontribusi pada pencapaian Indikator Kinerja Utama (IKU) poin 2 (Kegiatan Mahasiswa diluar Kampus) dan poin 5 (Hasil Kerja Dosen). Sebagai bentuk implementasi pengabdian berbasis riset dan kolaborasi multidisiplin, program ini didanai oleh Kementerian Pendidikan, Kebudayaan, Riset, dan Teknologi (Kemendikbudristek) melalui hibah BIMA tahun 2025. Dukungan pendanaan ini memperkuat upaya pelaksanaan program secara sistematis, terukur, dan berorientasi pada dampak nyata bagi masyarakat desa mitra.

METODE KEGIATAN

Pelaksanaan kegiatan pengabdian masyarakat ini menggunakan pendekatan partisipatif berbasis kebutuhan mitra, dengan tahapan sistematis. Metode ini dipilih agar intervensi yang dilakukan benar-benar sesuai dengan kondisi dan kapasitas mitra usaha, sekaligus membangun keberlanjutan program pasca pelaksanaan.

Lokasi dan Sasaran Kegiatan

Kegiatan pengabdian masyarakat melalui pelatihan dilaksanakan secara luring (offline) di Aula Kantor Desa Serdang Wetan, Kecamatan Legok, Kabupaten Tangerang, Provinsi Banten. Sementara itu, pelaksanaan pendampingan dan *monitoring* dilakukan secara daring (online) dari lokasi masing-masing peserta, dengan memanfaatkan platform komunikasi digital. Desa ini merupakan salah satu wilayah penyangga kawasan urban Tangerang yang memiliki potensi pengembangan ekonomi lokal yang cukup tinggi, baik dari sisi aksesibilitas infrastruktur maupun keberadaan lembaga ekonomi desa seperti BUMDes. Salah satu unit ekonomi desa yang aktif adalah BUMDes Serdang Tirta Kencan yang membina kelompok UMK Mekar Lestari.

UMK Mekar Lestari merupakan kelompok usaha mikro berbasis desa yang terdiri dari kurang lebih 13 (tiga belas) anggota aktif, sebagian besar perempuan, dengan produk utama berupa makanan ringan, dan olahan kuliner tradisional. Meskipun memiliki potensi pasar lokal yang besar, kelompok ini masih menghadapi beberapa tantangan, seperti lemahnya sistem pencatatan keuangan, tidak ada perencanaan usaha berbasis data, serta kemampuan *branding* dan pemanfaatan media digital sebagai sarana promosi dan pemasaran. Oleh karena itu, UMK Mekar Lestari menjadi sasaran utama dalam pelaksanaan program pengabdian ini.

Tahapan Pelaksanaan

Tahapan kegiatan disusun secara berurutan dan saling terkait, mulai dari identifikasi permasalahan hingga tahap evaluasi akhir. Secara rinci, metode kegiatan terbagi menjadi empat tahapan utama:

a. Identifikasi Permasalahan

Pada tahap awal, tim pelaksana melakukan observasi lapangan dan wawancara semi-struktural dengan kepala dan staf pengurus Desa Serdang Wetan, ketua BUMDes, dan anggota UMK Mekar Lestari. Diskusi kelompok terarah (Focus Group Discussion) juga dilakukan untuk menggali lebih dalam permasalahan utama yang dihadapi oleh pelaku UMK. Dari hasil identifikasi ini, ditemukan dua isu krusial yaitu: (1) lemahnya pencatatan transaksi keuangan dan penyusunan laporan keuangan sederhana, dan (2) terbatasnya strategi *branding* dan pemasaran digital. Kunjungan observasi awal, wawancara semi-struktural, dan diskusi kelompok terarah dapat dilihat pada **Gambar 1 dan 2**.





Gambar 1 dan 2. Observasi Awal dan Diskusi Kelompok Terarah di Desa Serdang Wetan

Sumber: Dokumentasi Tim Pelaksana (2025)

b. Perancangan Solusi dan Desain Program

Setelah kebutuhan mitra berhasil diidentifikasi, tim pengabdian merancang program intervensi dalam bentuk pelatihan dan pendampingan. Dua fokus utama yang ditetapkan adalah peningkatan literasi keuangan dan penguatan *branding* digital. Modul pelatihan dan lembar kerja disusun secara aplikatif agar mudah diterapkan oleh pelaku UMK. Pelatihan ini dirancang dalam bentuk kombinasi antara penyampaian materi, studi kasus, praktik langsung, serta sesi tanya jawab yang interaktif.

c. Pelaksanaan Pelatihan dan Pendampingan Teknis

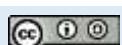
Pelatihan dan pendampingan dilaksanakan dalam tiga tahap. Tahap pertama adalah pelatihan dasar literasi keuangan yang mencakup pencatatan transaksi, penyusunan laporan laba-rugi sederhana, dan analisis usaha dasar. Pelatihan *branding* digital yang meliputi menciptakan *brand story*, membedah dan memperbaiki kemasan, dan pemanfaatan media sosial sebagai saluran pemasaran. Praktikum *digital campaign* dilakukan untuk mengaktifkan akun usaha di *marketplace* dan mengelola akun usaha. Ketiga kegiatan ini dilakukan secara luring selama 3 hari pada tanggal 8-10 Juli 2025 di Aula Desa Serdang Wetan. Tahap kedua adalah pendampingan dan *monitoring* untuk mengetahui progres UMKM terkait *brand* dan pemasaran digital setelah pelatihan yang dilaksanakan secara daring pada tanggal 24 Juli 2025. Tahap ketiga adalah pendampingan dan *monitoring* untuk mengetahui progres UMKM mengenai pencatatan transaksi dan laporan keuangan sederhana selama kurang lebih satu bulan setelah pelatihan yang dilaksanakan secara daring pada tanggal 31 Juli dan 1 Agustus 2025. Seluruh kegiatan didampingi oleh tim fasilitator dan mahasiswa. Kegiatan pelatihan dan pendampingan teknis dapat dilihat pada **Gambar 3 dan 4**.



Gambar 3. Pelatihan Literasi Keuangan



Gambar 4. Pendampingan Brand & Digital Campaign
Sumber: Dokumentasi Tim Pelaksana (2025)



Open access article under the CC-BY-SA license.

Copy right © 2025, Krisnawati et al., 5515

d. Evaluasi dan Monitoring

Evaluasi dilakukan dengan membandingkan hasil pra-tes dan pasca-tes peserta, baik dari sisi pemahaman maupun keterampilan teknis. Selain itu, evaluasi dan *monitoring* juga dilakukan dengan menilai hasil luaran yang dihasilkan oleh mitra, seperti keaktifan media sosial usaha, keberadaan laporan keuangan usaha, kualitas kemasan produk, dan keberadaan omzet penjualan untuk melihat dampak nyata yang dihasilkan. Kegiatan evaluasi dan *monitoring* dapat dilihat pada **Gambar 5**.



Gambar 5. Evaluasi dan Monitoring Program PKM 2025

Sumber: Dokumentasi Tim Pelaksana (2025)

Analisis dan Dokumentasi

Selama program berlangsung, tim pengabdian mendokumentasikan seluruh tahapan secara sistematis melalui foto kegiatan, video praktik lapangan, serta laporan perkembangan mitra. Seluruh data dianalisis secara deskriptif untuk menghasilkan kesimpulan terkait efektivitas pendekatan yang digunakan. Hasil analisis ini tidak hanya menjadi dasar evaluasi program, tetapi juga dirancang untuk dapat direplikasi dan diseminasi kepada desa lain di daerah Tangerang yang memiliki permasalahan serupa.

Metode kegiatan ini secara keseluruhan dirancang untuk bersifat kontekstual, berkelanjutan, dan mampu mendorong transformasi kemampuan pelaku UMK dari konvensional menuju pengelolaan usaha yang adaptif terhadap tuntutan digital. Pendekatan berbasis kolaborasi antara perguruan tinggi, BUMDes, dan masyarakat desa diharapkan mampu menjadi model pengabdian yang efektif dalam pengembangan ekonomi desa secara inklusif dan berdaya saing.

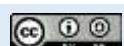
HASIL DAN PEMBAHASAN

Hasil pada Aspek Literasi Keuangan

Salah satu luaran utama program ini adalah kemampuan mitra dalam melakukan pencatatan transaksi dan menyusun laporan keuangan sederhana. Selama pelatihan, peserta diperkenalkan pada template berbasis *Microsoft Excel* yang dirancang sederhana namun fungsional. *Template* ini mencakup pencatatan transaksi harian, laporan laba rugi, serta arus kas sederhana. Selain *template*, peserta juga diperkenalkan dengan suatu sistem informasi berbasis digital yaitu aplikasi "Sepran". Aplikasi "Sepran" adalah sebuah perangkat lunak yang mempermudah pengguna dalam mengatur keuangan termasuk mencatat pemasukan dan pengeluaran harian dan memberikan *output* berupa laporan keuangan bulanan.

Hasil pendampingan menunjukkan:

- **100% peserta** mampu menggunakan *template* dengan benar untuk mencatat transaksi harian.
- **80% peserta** mulai memahami pentingnya memisahkan keuangan usaha dan keuangan pribadi, yang sebelumnya sering bercampur.



Open access article under the CC-BY-SA license.

Copy right © 2025, Krisnawati et al., 5516

- **Semua peserta** berhasil menyusun laporan keuangan bulanan yang dapat digunakan sebagai dasar pengambilan keputusan usaha.

Salah satu contoh **output** dari aspek literasi keuangan dapat dilihat pada **Gambar 6**.



Gambar 6. Laporan Keuangan pada Aplikasi Sepran
Sumber: Dokumentasi Tim Pelaksana (2025)

Temuan ini sangat penting mengingat salah satu masalah utama UMKM adalah lemahnya pencatatan keuangan (Tambunan, 2019). Dengan adanya sistem pencatatan sederhana, UMKM tidak hanya lebih tertib administrasi, tetapi juga lebih siap untuk mengakses pembiayaan dari lembaga keuangan formal (Hunein *et al.*, 2025).

Hasil pada Aspek Branding dan Pemasaran Digital

Selain literasi keuangan, program ini juga berfokus pada peningkatan *branding* digital. Sebelum program dimulai, sebagian besar UMK Mekar Lestari masih menggunakan strategi promosi konvensional dari mulut ke mulut dan penjualan *offline* terbatas di sekitar desa. Pemanfaatan media sosial masih minim, hanya sebatas penggunaan WhatsApp pribadi.

Melalui program ini, peserta berhasil:

- Membuat dan mengaktifkan akun media sosial bisnis (Instagram dan WhatsApp Business), bahkan saat ini juga sudah terdapat media sosial Instagram, yaitu @umk_mekarlestari.
- Mengaitkan kontak UMKM dengan akun Instagram untuk memudahkan transaksi pembelian.
- Menghasilkan minimal 5 konten promosi berupa foto dan video produk dengan teknik dasar fotografi produk dan *copywriting* sederhana.
- Melakukan perbaikan pada desain kemasan produk agar lebih menarik dan sesuai standar pasar.

Output dari peningkatan branding digital dapat dilihat pada **Gambar 7**.





Gambar 7. Akun Instagram UMK Mekar Lestari

Sumber: Dokumentasi Tim Pelaksana (2025)

Monitoring pasca-implementasi menunjukkan adanya peningkatan jumlah interaksi di media sosial dan peningkatan penjualan melalui platform *online*. Hal ini sejalan dengan penelitian Rahayu (2020) yang menekankan bahwa adopsi teknologi digital dapat meningkatkan daya saing UMKM, terutama di era pasca-pandemi.

Diskusi terhadap Ketercapaian Luaran

Capaian program ini selaras dengan target luaran proposal PKM yang disetujui DIKTI, yaitu:

- Peningkatan literasi keuangan melalui kemampuan pencatatan dan penyusunan laporan sederhana.
- Penguatan kapasitas branding digital melalui pemanfaatan media sosial dan *marketplace*.
- Peningkatan daya saing produk UMK Mekar Lestari melalui perbaikan kemasan dan konten promosi digital.

Hasil yang dicapai menunjukkan bahwa strategi **pendampingan intensif berbasis kebutuhan mitra** efektif dalam meningkatkan kapasitas UMKM desa. Faktor kunci keberhasilan program ini antara lain:

- Pendekatan partisipatif yang melibatkan peserta sejak tahap identifikasi masalah.
- Penyediaan modul praktis dan mudah diadopsi.
- Kombinasi antara pelatihan teori dan praktik langsung.
- *Monitoring* dan evaluasi berbasis data (*pre-test*, *post-test*, survei kepuasan).

Implikasi Akademis dan Praktis

Secara akademis, program ini memberikan kontribusi terhadap literatur mengenai pemberdayaan UMKM desa dalam konteks literasi keuangan dan digitalisasi. Program ini mendukung teori bahwa literasi keuangan merupakan fondasi keberlanjutan usaha (Lusardi & Mitchell, 2014) dan *branding* digital menjadi kunci daya saing di era ekonomi berbasis teknologi (Kotler et al., 2021).



Open access article under the CC-BY-SA license.

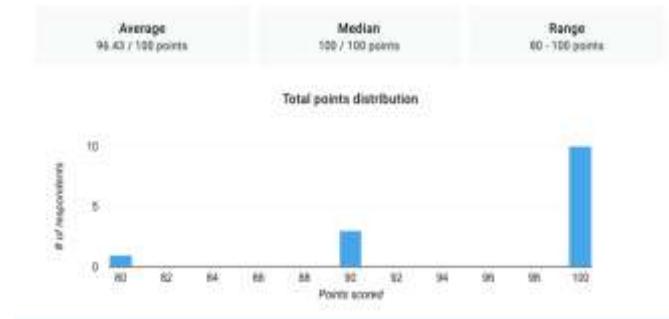
Copy right © 2025, Krisnawati et al., 5518

Secara praktis, keberhasilan program ini menjadi contoh implementasi nyata kolaborasi perguruan tinggi dengan BUMDes dalam meningkatkan kapasitas UMKM. Model pendampingan ini dapat direplikasi di desa lain dengan menyesuaikan konteks lokal, sehingga memiliki potensi untuk *di-scale up* secara regional maupun nasional.

Analisis Pre-Test dan Post-Test

Untuk mengukur peningkatan kapasitas peserta, digunakan instrumen *pre-test* dan *post-test* yang berisi pertanyaan terkait literasi keuangan dasar, praktik pencatatan transaksi, penyusunan laporan sederhana, serta strategi *branding* digital.

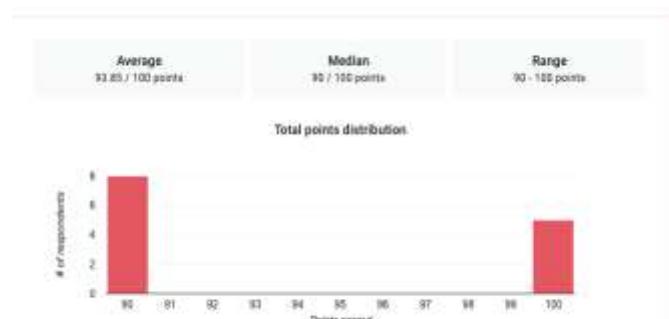
- **Nilai Pre-Test:** Rata-rata nilai peserta sebelum pelatihan berada pada rentang 80-100 dari skala 100. Hal ini menunjukkan pemahaman mengenai konsep dasar akuntansi sederhana masih dapat ditingkatkan, pentingnya laporan keuangan, dan strategi pemasaran digital. Sebagian besar peserta hanya memiliki pengalaman pencatatan manual tanpa format yang sistematis, dan pemanfaatan media sosial untuk pemasaran terbatas pada penggunaan pribadi, bukan untuk bisnis. Hasil *pre-test* dapat dilihat pada **Grafik 1**.



Grafik 1. Pre-Test

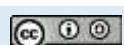
Sumber : Hasil Survei Tim Pelaksana (2025)

- **Nilai Post-Test:** Setelah rangkaian pelatihan dan pendampingan, rata-rata nilai *post-test* meningkat secara signifikan ke rentang 90–100. Peningkatan ini menunjukkan bahwa hampir seluruh peserta telah memahami dan mampu mengimplementasikan materi yang diberikan. Capaian nilai di atas 90 menegaskan bahwa transfer pengetahuan berjalan efektif dan materi mudah diadopsi oleh peserta. Hasil *post-test* dapat dilihat pada **Grafik 2**.



Grafik 2. Pre-Test

Sumber : Hasil Survei Tim Pelaksana (2025)



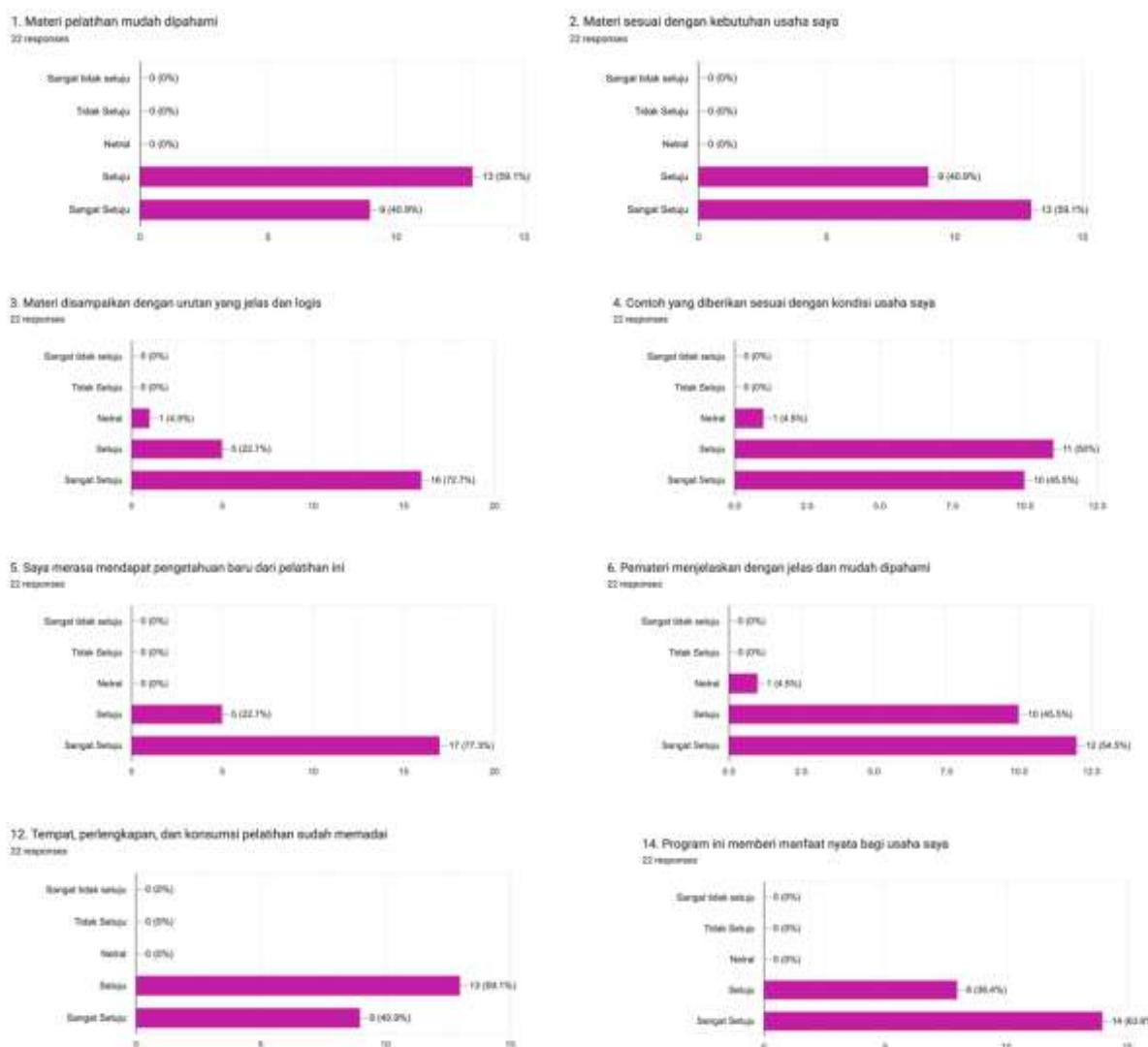
Open access article under the CC-BY-SA license.

Copy right © 2025, Krisnawati et al., **5519**

Peningkatan ini konsisten dengan temuan penelitian terdahulu (Otoritas Jasa Keuangan, 2022; Wahyuni & Arifin, 2020) yang menyebutkan bahwa program literasi keuangan berbasis pelatihan praktis memiliki dampak langsung terhadap keterampilan pelaku UMKM dalam mengelola usahanya.

Hasil Survei Kepuasan Peserta

Salah satu indikator keberhasilan kegiatan pengabdian ini adalah tingkat kepuasan peserta terhadap program pelatihan dan pendampingan yang diberikan. Berdasarkan survei evaluasi, lebih dari 90% peserta menyatakan sangat puas terhadap aspek-aspek berikut: kesesuaian materi dengan kebutuhan usaha, metode penyampaian yang interaktif, ketersediaan modul, serta pendampingan teknis yang intensif. Tingginya tingkat kepuasan ini mencerminkan relevansi antara program dengan kebutuhan riil mitra, yaitu peningkatan kemampuan dalam pencatatan keuangan dan optimalisasi branding digital. Hasil survei kepuasan peserta dapat dilihat pada **Grafik 3**.



Grafik 3. Hasil Survei Kepuasan Peserta
Sumber : Hasil Survei Tim Pelaksana (2025)



Tingkat kepuasan yang tinggi juga memperlihatkan bahwa pendekatan **partisipatif** yang digunakan dalam kegiatan PKM efektif membangun rasa kepemilikan (sense of ownership) pada peserta. Hal ini penting karena dalam literatur pengabdian masyarakat (Suharto, 2019; Kartika & Yuniarti, 2021), keberhasilan pemberdayaan masyarakat tidak hanya diukur dari hasil kuantitatif, tetapi juga dari sejauh mana masyarakat merasa terlibat aktif dan mampu melanjutkan inisiatif setelah program berakhir.

UCAPAN TERIMAKASIH

Tim pelaksana mengucapkan terima kasih kepada Kementerian Pendidikan, Kebudayaan, Riset, dan Teknologi Republik Indonesia melalui skema Program Kemitraan Masyarakat (PKM) 2025 yang telah memberikan dukungan pendanaan. Ucapan terima kasih juga disampaikan kepada BUMDes Serdang Tirta Kencana serta kelompok UMK Mekar Lestari, Desa Serdang Wetan, Kabupaten Tangerang atas kerja sama, partisipasi, dan komitmen yang tinggi dalam seluruh rangkaian kegiatan. Apresiasi juga diberikan kepada Swiss German University (SGU) atas dukungan akademis dan fasilitasi pelaksanaan program.

DAFTAR PUSTAKA

Fatimah, F., Nataly, F., & Purnamasari, Y. (2022). Penerapan Pemasaran Digital Dalam Meningkatkan Personal Branding. *Jurnal Abdimas Komunikasi dan Bahasa*, 2(2), 40–46. <http://jurnal.bsi.ac.id/index.php/abdkom>

Fitriyani. (2025). Optimalisasi Peran BUMDes Dalam Peningkatan Perekonomian Desa Kecamatan Pamanukan Kabupaten Subang. *Jurnal Pengabdian Masyarakat dan Riset Pendidikan*, 3(4), 926–931. <https://doi.org/10.31004/jerkin.v3i4.477>

Hunein, H., Sugiyarti, L., Anum, G. S., Effriyanti., Hanah, S. (2025). Implementasi Sistem Pencatatan Dengan Excel Pada UMKM Batik Balaraja. *Jurnal Abdikaryasakti*, 5(1), 43-62. <http://dx.doi.org/10.25105/ja.v5i1.21740>

Kartika, D., & Yuniarti, S. (2021). Pemberdayaan UMKM Melalui Literasi Keuangan Dan Pemasaran Digital Berbasis Komunitas. *Jurnal Pengabdian Masyarakat*, 5(2), 112–123.

Kementerian Desa, Pembangunan Daerah Tertinggal dan Transmigrasi. (2025). *Data statistik BUMDes Nasional*. Diambil 20 Maret 2025, dari <https://bumdes.kemendesa.go.id>

Kotler, P., Kartajaya, H., & Setiawan, I. (2021). *Marketing 5.0: Technology for humanity*. Hoboken: John Wiley & Sons.

Krisnawati, N., & Permana, T. (2024). Analyzing The Capabilities Of Village Owned Enterprises (Voes/BUMDES) To Increase The Village Economies: An Empirical Studies From Voes/BUMDES In Tangerang. Proceeding of the 7th Global Conference on Business, Management, and Entrepreneurship (GCBME 2022). Pg 1634–1641. https://doi.org/10.2991/978-94-6463-234-7_171

Lusardi, A., & Mitchell, O. S. (2014). The Economic Importance Of Financial Literacy: Theory And Evidence. *Journal of Economic Literature*, 52(1), 5–44. <https://doi.org/10.1257/jel.52.1.5>

Marisya, F., & Darussalam, M. P. (2022). Pelatihan UMKM Pada Desa Sumber Rejo, Kabupaten Semarang, Jawa Tengah. *Jurnal Pengabdian Masyarakat Global*, 1(4), 120–128. <https://doi.org/10.30640/cakrawala.v2i4.1987>

Muh Syata, W. (2024). Peran Bumdes Dalam Meningkatkan Perekonomian Masyarakat Di Desa. *Jurnal Manajemen, Akuntansi, dan Bisnis*, 2(2), 69–75. <https://doi.org/10.56314/jumabi.v2i2>

Otoritas Jasa Keuangan. (2022). *Survei Nasional Literasi Dan Inklusi Keuangan 2022*. Jakarta: OJK.

Rahayu, R. (2020). Digitalization Of Smes In Indonesia: Challenges And Opportunities. *International Journal of Economics, Business and Accounting Research (IJEBAR)*, 4(3), 193–202.

Suharto, E. (2019). *Membangun Masyarakat Memberdayakan Rakyat: Kajian Strategis Pembangunan Kesejahteraan Sosial & Pekerjaan Sosial*. Bandung: Refika Aditama.

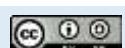


Open access article under the CC-BY-SA license.

Copy right © 2025, Krisnawati et al., 5521

Tambunan, T. (2019). Recent Evidence Of The Development Of Micro, Small And Medium Enterprises In Indonesia. *Journal of Global Entrepreneurship Research*, 9(18), 1–15. <https://doi.org/10.1186/s40497-018-0140-4>

Wahyuni, S., & Arifin, Z. (2020). Literasi Keuangan Sebagai Upaya Meningkatkan Kinerja UMKM Di Era Digital. *Jurnal Akuntansi Multiparadigma*, 11(3), 524–536. <https://doi.org/10.21776/ub.jamal.2020.11.3.31>.



Open access article under the CC-BY-SA license.

Copy right © 2025, Krisnawati et al., 5522