Community Engagement & Emergence Journal
Volume 8 Nomor 1, Tahun 2027
Halaman : 238-254

Pelatihan Literasi Keuangan Digital, Laporan Keuangan Sederhana, dan Pemasaran Media Sosial: Studi Kasus UMKM Kalampangan

Digital Financial Literacy, Simple Financial Reporting, and Social Media Marketing Training: A Case Study of MSMEs in Kalampangan

Siti Taibah[a], Sri Rohaetin[b], Revnussa Octobery[c], Liling Lenlioni[d], Windy Utami Putri[e], Hidayati[f], Grace Evelina Buji[g], Merisa Oktaria[h]
Program Studi Pendidikan Ekonomi, Fakultas Keguruan dan Ilmu Pendidikan, Universitas Palangka Raya, Palangka Raya, Indonesia[a,b,c,d,e,f,g,h]
siti.taibah@fkip.upr.ac.id[a], srirohaetin1505@gmail.com[b], revnussa@fkip.upr.ac.id[c], lilinglenlioni@fkip.upr.ac.id[d], windyutamiputri@fkip.upr.ac.id[e], hidayati.hasan@fkip.upr.ac.id[f], graceevelina@fkip.upr.ac.id[g], merisa.oktaria@fkip.upr.ac.id[h]

Abstract

Women-owned micro, small, and medium enterprises (MSMEs) in peri-urban areas face problems with bookkeeping, separating business and personal money, and unplanned use of digital channels. This article describes an integrated training on digital financial literacy, simple financial reporting, and social media marketing in Kalampangan Subdistrict, Palangka Raya City, and interprets early indications from participants' experiences. The activity took place on 5 August 2026 for about two hours and used presentations, discussion, and question-and-answer sessions with 21 women entrepreneurs. A descriptive qualitative case study design was applied; data came from interviews with five participants, registration data, and implementation documentation, and were analysed thematically. Findings show that bookkeeping practices before the training varied from recording income and expenses to keeping no records. Three informants mentioned vigilance toward digital payments, such as checking that funds have actually arrived and watching for fraud; three emphasised the importance of bookkeeping; and four mentioned digital marketing as new knowledge. One informant had tried a bookkeeping application but was not diligent in entering data. The separation of business and personal money remained inconsistent for some informants. Sustained behavioural change and business performance were not measured and therefore cannot be concluded. A short face-to-face training potentially serves as an entry point for awareness, but changing practice requires mentoring and hands-on practice. The study proposes explicit evidence boundaries and an evaluation instrument for subsequent activities.
***Keywords**: Digital Financial Literacy; Simple Financial Reporting; Social Media Marketing; Women-Owned MSMEs; Kalampangan.*

Abstrak

Pelaku usaha mikro, kecil, dan menengah (UMKM) perempuan di wilayah pinggiran kota menghadapi persoalan pencatatan keuangan, pemisahan uang usaha dan uang pribadi, serta pemanfaatan kanal digital yang belum terencana. Artikel ini bertujuan mendeskripsikan pelaksanaan pelatihan terpadu literasi keuangan digital, laporan keuangan sederhana, dan pemasaran media sosial di Kelurahan Kalampangan, Kota Palangka Raya, serta menafsirkan indikasi awal dari pengalaman peserta. Kegiatan berlangsung pada 5 Agustus 2026 selama sekitar dua jam, dengan metode pemaparan, diskusi, dan tanya jawab bagi 21 pelaku usaha perempuan. Kajian ini memakai desain studi kasus kualitatif deskriptif; data berasal dari wawancara dengan lima peserta, data pendaftaran, dan dokumentasi pelaksanaan, kemudian dianalisis secara tematik. Hasil menunjukkan bahwa praktik pencatatan sebelum pelatihan beragam, dari pencatatan pemasukan dan pengeluaran hingga tidak ada pencatatan. Tiga informan menyebut kewaspadaan terhadap pembayaran digital, seperti memeriksa dana yang masuk dan mewaspadai penipuan; tiga informan menekankan pentingnya pencatatan; dan empat informan menyebut pemasaran digital sebagai pengetahuan baru. Satu informan pernah memakai aplikasi pencatatan keuangan, tetapi tidak telaten menginputnya. Pemisahan uang usaha dan uang pribadi belum konsisten pada sebagian informan. Perubahan perilaku yang berkelanjutan dan kinerja usaha tidak diukur sehingga belum dapat disimpulkan. Pelatihan tatap muka singkat berpotensi

https://journal.yrpipku.com/index.php/ceej
e-ISSN:2715-9752, p-ISSN:2715-9868
Copyright © 2027 THE AUTHOR(S). This article is distributed under a Creative Commons Attribution-NonCommercial 4.0 International license

menjadi pintu masuk kesadaran, tetapi perubahan praktik memerlukan pendampingan dan praktik langsung. Studi ini mengusulkan batas bukti yang eksplisit dan instrumen evaluasi untuk kegiatan berikutnya.
Kata Kunci: Literasi Keuangan Digital; Laporan Keuangan Sederhana; Pemasaran Media Sosial; UMKM Perempuan; Kalampangan.

1. Pendahuluan

Usaha mikro, kecil, dan menengah (UMKM) menempati posisi struktural dalam perekonomian Indonesia. Data Kementerian Koperasi dan Usaha Kecil dan Menengah (2020) menunjukkan bahwa UMKM mendominasi populasi unit usaha, menyumbang lebih dari 60% produk domestik bruto, dan menyerap sekitar 97% tenaga kerja. Kerangka hukum nasional menempatkan UMKM sebagai sasaran pemberdayaan, baik melalui Undang-Undang Nomor 20 Tahun 2008 maupun Peraturan Pemerintah Nomor 7 Tahun 2021 (Pemerintah Republik Indonesia, 2021; Undang-Undang Nomor 20 Tahun 2008). Di tingkat lokal, UMKM menggerakkan ekonomi rumah tangga, termasuk di Kelurahan Kalampangan, Kecamatan Sabangau, Kota Palangka Raya, meskipun data agregat UMKM tingkat kelurahan tidak tersedia pada sumber yang dirujuk artikel ini.

Peran besar tersebut belum selalu diimbangi kapasitas pengelolaan usaha. Literasi keuangan, yakni kemampuan memahami dan menerapkan konsep keuangan dalam keputusan sehari-hari, berkaitan erat dengan kualitas keputusan ekonomi (Lusardi & Mitchell, 2014; Lusardi, 2019). Pada UMKM, Aribawa (2016) melaporkan pengaruh literasi keuangan terhadap kinerja dan keberlangsungan usaha kreatif di Jawa Tengah. Survei nasional terbaru mencatat indeks literasi keuangan 66,46% dan indeks inklusi keuangan 80,51% (Otoritas Jasa Keuangan [OJK] & Badan Pusat Statistik [BPS], 2025). Selisih kedua angka itu mengisyaratkan bahwa akses terhadap layanan keuangan tumbuh lebih cepat daripada pemahaman untuk menggunakannya, jarak yang relevan bagi pelaku usaha mikro yang makin sering bertransaksi secara digital. Strategi Nasional Literasi Keuangan Indonesia pun mencantumkan pelaku UMKM dan perempuan di antara kelompok sasaran literasi (OJK, 2022).

Di tingkat praktik usaha mikro, persoalan literasi keuangan tampak pertama pada pencatatan dan pemisahan keuangan. Pencatatan transaksi yang tidak sistematis membuat pelaku usaha sulit mengetahui laba atau rugi, sedangkan pencampuran uang usaha dan uang pribadi mengaburkan arus kas usaha. Standar Akuntansi Keuangan Entitas Mikro, Kecil, dan Menengah (SAK EMKM) disusun dengan persyaratan pelaporan yang disederhanakan bagi entitas semacam ini (Ikatan Akuntan Indonesia [IAI], 2016), dan Bank Indonesia (2020) menerbitkan pedoman penyusunan laporan keuangan UMKM. Keberadaan standar dan pedoman itu menunjukkan bahwa hambatan utama bukan semata ketiadaan format, melainkan kebiasaan dan kemampuan menerapkannya.

Digitalisasi menambah dimensi baru pada persoalan tersebut. Keuangan digital membawa manfaat bagi pengguna, penyedia layanan, dan perekonomian, tetapi sejumlah persoalan masih bertahan (Ozili, 2018). Literasi keuangan digital karena itu dipahami sebagai gabungan literasi keuangan dan literasi digital yang juga memuat risiko khas layanan keuangan digital, sehingga tidak berhenti pada pengetahuan tentang produk (Lyons & Kass-Hanna, 2021). Aspek pelindungan konsumen di sektor jasa keuangan diatur dalam Peraturan OJK Nomor 22 Tahun 2023 (OJK, 2023). Bagi pelaku usaha mikro, keamanan transaksi digital dan ketertiban pencatatan transaksi nontunai merupakan bagian dari tata kelola usaha, bukan sekadar urusan teknis.

Pada sisi pemasaran, media sosial menawarkan kanal berbiaya rendah untuk memperkenalkan produk dan berkomunikasi dengan konsumen. Kajian lintas bidang menempatkan pemasaran digital dan media sosial sebagai arena riset yang berkembang pesat dengan banyak pertanyaan terbuka (Dwivedi et al., 2021), dan analisis terkini melaporkan hubungan positif antara pemasaran digital dan kinerja usaha kecil dan menengah (Sharabati et al., 2024). Namun adopsi teknologi digital oleh usaha kecil di Indonesia dipengaruhi oleh faktor internal dan lingkungan usaha, sehingga ketersediaan teknologi tidak otomatis menjadi pemanfaatan yang terencana (Rahayu & Day, 2017).

Kesenjangan antara kondisi ideal dan kondisi lapangan menjadi titik tolak kegiatan ini. Kondisi ideal adalah pelaku usaha mencatat pemasukan dan pengeluaran secara teratur, memisahkan uang usaha dari uang pribadi, bertransaksi digital secara aman, dan memakai kanal digital secara terencana. Kondisi lapangan yang terpotret dalam kegiatan ini lebih beragam. Dari lima peserta yang diwawancarai, hanya satu yang mencatat pemasukan dan pengeluaran, sedangkan yang lain mencatat sebagian atau tidak mencatat; satu peserta pernah memakai aplikasi pencatatan keuangan tetapi kurang telaten menginputnya. Konteksnya adalah ibu pelaku usaha berskala mikro di wilayah kelurahan; data pendaftaran memperlihatkan penghasilan bulanan yang dilaporkan sendiri berkisar Rp500.000 hingga Rp10.000.000 dengan median Rp3.000.000. Data agregat UMKM perempuan di Kalimantan Tengah tidak tersedia pada sumber yang dirujuk, sehingga artikel ini tidak melakukan generalisasi ke tingkat provinsi.

Artikel ini bertumpu pada lima landasan konseptual. Pertama, literasi keuangan dipahami sebagai pengetahuan yang diterjemahkan menjadi perilaku. Kedua, SAK EMKM dan pedoman Bank Indonesia menjadi acuan bentuk pencatatan yang proporsional bagi usaha mikro. Ketiga, pemasaran media sosial dipahami sebagai pemanfaatan kanal digital untuk promosi dan komunikasi dengan calon konsumen. Keempat, pemberdayaan dan pembangunan kapasitas dipahami sebagai proses bertahap yang menuntut bukti pada beberapa tingkat; model empat tingkat evaluasi pelatihan, yaitu reaksi, pembelajaran, perilaku, dan hasil (Kirkpatrick & Kirkpatrick, 2016), dipakai untuk memetakan batas bukti. Kelima, andragogi, yakni prinsip pembelajaran orang dewasa yang menekankan kebutuhan untuk tahu, pemanfaatan pengalaman, dan orientasi pada masalah nyata (Knowles et al., 2015), menjelaskan mengapa diskusi tentang masalah usaha peserta dipilih sebagai metode utama.

Bukti tentang efektivitas pendidikan keuangan memberi dasar sekaligus peringatan. Meta-analisis menunjukkan bahwa pendidikan keuangan berpengaruh pada pengetahuan dan perilaku keuangan, dengan efek yang lebih besar pada pengetahuan serta kurang efektif pada kelompok berpendapatan rendah (Kaiser & Menkhoff, 2017); bukti dari puluhan uji acak juga menunjukkan efek kausal positif rata-rata (Kaiser et al., 2022). Dengan demikian, pelatihan singkat wajar diharapkan membuka pemahaman, tetapi perubahan praktik usaha harus dibuktikan secara terpisah dan tidak dapat diasumsikan.

Kajian pengabdian terdahulu memperlihatkan spektrum desain yang lebar. Antasari et al. (2025) melatih sepuluh pelaku UMKM di Jakarta Selatan dalam keuangan sederhana dan pemasaran digital, disusul pemantauan satu bulan melalui grup pesan; mereka melaporkan perbaikan pencatatan, tetapi juga konsistensi pencatatan yang masih bermasalah dan waktu pelatihan yang dinilai singkat. Nugraha et al. (2026) menjalankan program bertahap di Purbalingga dengan praktik langsung,

pre-test dan post-test, pendampingan dua bulan, serta penyediaan peralatan, dan melaporkan peningkatan skor pemahaman serta omzet pada satu mitra usaha. Kegiatan di Kalampangan berada pada ujung yang paling ringan dari spektrum itu: satu sesi tatap muka sekitar dua jam, tanpa pre-test dan post-test, dan tanpa praktik langsung.

Posisi tersebut justru membuka ruang kontribusi. Kebaruan artikel ini bukan pada materinya, yang lazim dalam PkM UMKM, melainkan pada empat hal. Pertama, integrasi tiga tema (keuangan digital, laporan keuangan sederhana, dan pemasaran media sosial) dalam satu sesi dengan tujuh narasumber bagi pelaku usaha perempuan di kelurahan pinggiran kota. Kedua, pemetaan batas bukti yang eksplisit dengan kerangka empat tingkat evaluasi, sehingga partisipasi, persepsi, dan perubahan praktik tidak dicampur. Ketiga, identifikasi pola "pintu masuk" melalui kanal yang sudah dipakai peserta serta jarak antara kewaspadaan pada transaksi digital dan disiplin pencatatan. Keempat, temuan bahwa pengetahuan keuangan digital yang disebut peserta berupa kewaspadaan praktis (memeriksa dana yang masuk, mewaspadai penipuan), sementara pengalaman pencatatan berbasis aplikasi tidak berlanjut karena kurang telaten, yang bermakna bagi perancangan pendampingan. Dalam literatur yang ditelaah untuk artikel ini, dokumentasi yang memisahkan ketiga jenis bukti tersebut pada format satu sesi ringkas relatif jarang ditemukan; klaim ini terbatas pada penelusuran penulis dan perlu diperkuat telaah sistematis.

Berdasarkan uraian tersebut, tujuan artikel ini adalah (1) mendeskripsikan pelaksanaan dan partisipasi peserta pada pelatihan, (2) menganalisis kesesuaian tiga materi dengan kondisi awal dan permasalahan peserta berdasarkan wawancara lima peserta, dan (3) merumuskan batas bukti, faktor pendukung dan penghambat, serta rencana keberlanjutan. Kontribusi artikel meliputi gambaran praktis bagi pelaksana PkM berbiaya rendah, kerangka pelaporan yang membatasi klaim pada bukti yang ada, dan usulan instrumen evaluasi bagi kegiatan lanjutan.

2. Metode

Desain dan pendekatan

Artikel ini memakai desain studi kasus kualitatif deskriptif (Yin, 2018). Kasusnya adalah satu kegiatan pelatihan PkM yang terikat waktu dan tempat, yaitu pelatihan bagi pelaku UMKM di Kelurahan Kalampangan pada 5 Agustus 2026. Desain ini dipilih karena pertanyaan kajiannya bersifat deskriptif (bagaimana kegiatan berlangsung dan apa yang dapat ditafsirkan dari pengalaman peserta), kasusnya tunggal dan kontekstual, serta data kuantitatif hasil evaluasi tidak tersedia. Pendekatan pelaksanaan kegiatan adalah pelatihan tatap muka dengan unsur partisipatif terbatas, yaitu diskusi, tanya jawab, dan interaksi langsung mengenai masalah usaha peserta. Kegiatan tidak dirancang dan tidak dilaporkan sebagai riset aksi partisipatif penuh, sehingga artikel ini tidak mengklaim siklus perencanaan, tindakan, dan refleksi bersama mitra.

Lokasi, waktu, mitra, dan sasaran

Kegiatan dilaksanakan di Aula Kantor Lurah Kalampangan, Kecamatan Sabangau, Kota Palangka Raya, Kalimantan Tengah, pada Rabu, 5 Agustus 2026, pukul 08.30 sampai 10.30 WIB. Mitra kegiatan adalah Kelurahan Kalampangan. Pelaksana adalah delapan dosen Program Studi Pendidikan Ekonomi Fakultas Keguruan dan Ilmu Pendidikan Universitas Palangka Raya, dipimpin Siti Taibah; tujuh di antaranya

bertindak sebagai narasumber. Sasaran kegiatan adalah ibu pelaku UMKM di wilayah kelurahan. Peserta diundang secara umum dengan difasilitasi pihak kelurahan, sehingga tidak ada seleksi berdasarkan kriteria khusus, dan hadir 21 peserta.

Informan wawancara

Wawancara dilakukan terhadap lima peserta (P1 sampai P5) karena keterbatasan kemampuan sumber daya manusia tim pelaksana dalam mengumpulkan data. Dalam desain kualitatif, kelima orang ini dipahami sebagai kelompok informan kasus, bukan sampel statistik dan bukan populasi yang hasilnya digeneralisasi. Kriteria pemilihan kelima informan tidak terdokumentasi secara rinci dan diakui sebagai keterbatasan. Identitas informan dianonimkan dengan kode P1 sampai P5. [PENULIS: lengkapi pernyataan persetujuan informan atau etika, bila ada.]

Tahapan kegiatan

Tahapan pelaksanaan dan pengumpulan data dirangkum pada Tabel 1.

Tabel 1. Tahapan Kegiatan dan Bukti yang Tersedia

Tahap	Aktivitas	Pelaksana	Bukti atau dokumen
1. Persiapan	Koordinasi dengan Kelurahan Kalampangan; surat tugas pelaksana dan narasumber; surat pemberitahuan kepada Lurah; surat undangan pelatihan bagi pelaku UMKM; penyiapan spanduk dan konsumsi	Ketua dan tim pelaksana	Lampiran surat pada laporan kegiatan
2. Pelaksanaan	Pembukaan; penyampaian tiga materi; diskusi, tanya jawab, dan interaksi langsung; foto bersama (08.30 sampai 10.30 WIB)	Tujuh narasumber	Dokumentasi foto; data pendaftaran peserta
3. Evaluasi	Wawancara tatap muka lima peserta pada 5 Agustus 2026 dengan lima pertanyaan terbuka; tanpa pre-test dan post-test	Tim pelaksana	Lembar jawaban wawancara
4. Analisis dan pelaporan	Analisis tematik; penyusunan laporan dan artikel	Tim pelaksana	Laporan kegiatan; artikel
5. Tindak lanjut	Pendampingan berkelanjutan (pencatatan keuangan digital, konten pemasaran, optimalisasi media sosial, manajemen usaha); direkomendasikan, belum terlaksana saat artikel ditulis	Tim dan mitra	Rencana pada bagian Hasil dan Pembahasan

Materi dan metode penyampaian

Materi pertama adalah literasi keuangan digital, yang mencakup layanan keuangan digital, ketertiban pengelolaan transaksi, dan keamanan transaksi digital. Materi kedua adalah laporan keuangan sederhana, yang mencakup pentingnya pencatatan, pemisahan keuangan pribadi dan usaha, pencatatan pemasukan dan pengeluaran, serta perhitungan laba dan rugi sederhana. Materi ketiga adalah strategi pemasaran media sosial, yang mencakup media promosi, konten sederhana, komunikasi dengan calon konsumen, dan perluasan jangkauan. Penyampaian memakai pemaparan, diskusi, tanya jawab, dan interaksi langsung dengan peserta. Pembagian narasumber per materi tidak tercatat dalam laporan.

Instrumen dan teknik pengumpulan data

Data primer berupa wawancara dengan lima pertanyaan terbuka: (1) cara mencatat pemasukan dan pengeluaran sebelum pelatihan; (2) pengetahuan atau keterampilan baru dari pelatihan; (3) upaya memisahkan uang usaha dan uang pribadi atau membuat catatan keuangan, termasuk sejak kapan dan bagaimana caranya; (4) pengalaman mencoba aplikasi keuangan, lembar kerja digital, WhatsApp Business, atau Instagram beserta perubahan yang dirasakan; dan (5) pengetahuan baru serta kendala yang masih dihadapi. Wawancara dilakukan pada 5 Agustus 2026, hari yang sama dengan pelatihan, secara tatap muka dengan durasi lima sampai sepuluh menit, dan diselenggarakan langsung oleh tim PkM. Data pendukung berupa data pendaftaran peserta (jenis usaha, usia, dan penghasilan rata-rata per bulan yang dilaporkan sendiri, dengan stempel waktu 4 Agustus 2026), dokumentasi foto pembukaan, penyampaian materi, diskusi, dan foto bersama, serta catatan pelaksana tentang partisipasi peserta. Kegiatan tidak memakai pre-test dan post-test; hal ini dinyatakan sebagai keterbatasan, dan instrumen yang diusulkan untuk kegiatan lanjutan diuraikan pada bagian Hasil dan Pembahasan.

Teknik analisis

Analisis memakai pendekatan tematik deskriptif (Braun & Clarke, 2006): jawaban dibaca berulang, diberi kode terbuka per pertanyaan, dikelompokkan ke dalam tema (praktik pencatatan sebelum pelatihan, pemisahan uang, kanal pemasaran, pengetahuan yang disebut, dan permasalahan), lalu disusun dalam matriks informan dan tema. Frekuensi hanya dipakai sebagai penanda sebaran di antara lima informan dan tidak ditafsirkan sebagai inferensi statistik. Data pendaftaran dianalisis dengan statistik deskriptif. Triangulasi dilakukan antarsumber, yaitu wawancara, data pendaftaran, dan laporan serta dokumentasi pelaksanaan. Penafsiran dibatasi oleh kerangka empat tingkat evaluasi (Kirkpatrick & Kirkpatrick, 2016): jawaban wawancara dibaca sebagai indikasi persepsi dan pengetahuan yang dilaporkan sendiri, bukan sebagai bukti perubahan perilaku atau kinerja usaha.

3. Hasil dan Pembahasan

Gambaran pelaksanaan dan partisipasi peserta

Kegiatan terlaksana pada Rabu, 5 Agustus 2026, pukul 08.30 sampai 10.30 WIB di Aula Kantor Lurah Kalampangan. Menurut laporan pelaksana, kegiatan dibuka, dilanjutkan penyampaian tiga materi oleh tujuh narasumber, kemudian diskusi dan tanya jawab, dan ditutup dengan foto bersama. Peserta berjumlah 21 ibu pelaku UMKM, dan penyampaian materi disertai interaksi langsung mengenai masalah usaha

yang mereka hadapi. Pelaksana melaporkan bahwa peserta mengikuti kegiatan secara aktif. Pernyataan itu bersumber dari catatan pelaksana, bukan dari instrumen pengamatan terstruktur, sehingga dibaca sebagai indikasi partisipasi dan bukan ukuran keterlibatan.

Profil peserta pada Tabel 2 memperlihatkan kelompok yang beragam dalam usia dan penghasilan, tetapi relatif seragam dalam jenis usaha: lebih dari separuh entri bergerak di perdagangan. Satu catatan kehati-hatian diperlukan: formulir tidak membedakan omzet dan laba, dan angka penghasilan dilaporkan sendiri oleh peserta, sehingga hanya dibaca sebagai gambaran kasar. Dua pasang nama yang mirip, masing-masing dengan usia yang sama, telah dikonfirmasi pelaksana sebagai peserta yang berbeda dan bukan entri ganda, sehingga seluruh 21 entri dihitung sebagai 21 peserta.

Tabel 2. Profil peserta berdasarkan data pendaftaran (n = 21 peserta)

Karakteristik	Sebaran
Jenis usaha	Pedagang 11 (52,4%); lainnya 5 (23,8%); pertanian 3 (14,3%); jasa 2 (9,5%)
Usia	19 sampai 52 tahun; median 40; rerata 37,8. Sampai 25 tahun: 2; 26 sampai 35: 8; 36 sampai 45: 6; 46 sampai 52: 5
Penghasilan rata-rata per bulan (dilaporkan sendiri)	Rp500.000 sampai Rp10.000.000; median Rp3.000.000. Sampai Rp1.000.000: 3 entri; di atas Rp1.000.000 sampai Rp2.500.000: 7; di atas Rp2.500.000 sampai Rp5.000.000: 9; di atas Rp5.000.000: 2

Durasi dan komposisi kegiatan patut dibandingkan dengan kajian terdahulu. Antasari et al. (2025) memakai tiga sesi berdurasi 60 menit untuk sepuluh peserta, sedangkan kegiatan ini memuat tiga materi dalam sekitar dua jam untuk 21 peserta. Secara aritmetis, rata-rata waktu per materi tidak sampai 40 menit sebelum dikurangi pembukaan, diskusi, dan foto bersama. Di sisi lain, tujuh narasumber untuk 21 peserta menghasilkan rasio kira-kira satu narasumber untuk tiga peserta, yang berpotensi memudahkan interaksi langsung dan pembahasan masalah usaha secara individual. Hal ini sejalan dengan prinsip andragogi bahwa orang dewasa belajar lebih baik ketika materi dikaitkan dengan masalah dan pengalaman mereka (Knowles et al., 2015), tetapi data yang ada tidak memungkinkan pengujian apakah rasio tersebut benar-benar memengaruhi pembelajaran.

Tabel 3 merangkum keterkaitan materi, tujuan, metode, dan indikator capaian. Laporan kegiatan tidak mencantumkan indikator capaian, sehingga indikator pada tabel ini disusun penulis secara retrospektif; kolom terakhir menunjukkan bukti yang benar-benar tersedia.

Tabel 3. Ringkasan Materi, Tujuan, Metode, Indikator Capaian, dan Bukti Yang Tersedia

Materi	Tujuan (dari laporan)	Metode	Indikator capaian yang diusulkan	Bukti yang tersedia
1. Literasi keuangan digital	Memahami layanan keuangan digital, tertib mengelola transaksi, dan sadar keamanan transaksi digital	Pemaparan, diskusi, tanya jawab	Peserta dapat menjelaskan layanan dan langkah pengamanan transaksi; transaksi nontunai tercatat	3 dari 5 informan menyebut kewaspadaan pada pembayaran digital (P1, P2, P4); 1 informan pernah memakai aplikasi pencatatan tetapi kurang telaten; belum ada pengukuran
2. Laporan keuangan sederhana	Mampu mencatat, memisahkan keuangan pribadi dan usaha, dan menghitung laba rugi sederhana	Pemaparan, diskusi, tanya jawab	Buku kas terisi rutin; uang usaha terpisah; laba rugi sederhana tersusun	3 dari 5 informan menyebut pentingnya pencatatan; praktik setelah pelatihan belum diverifikasi

Materi	Tujuan (dari laporan)	Metode	Indikator capaian yang diusulkan	Bukti yang tersedia
3. Pemasaran media sosial	Memanfaatkan media sosial untuk promosi, konten, komunikasi dengan konsumen, dan jangkauan	Pemaparan, diskusi, tanya jawab	Kanal aktif; konten diunggah; respons konsumen terkelola	4 dari 5 informan menyebut pemasaran atau penjualan daring sebagai pengetahuan; 4 dari 5 memakai kanal daring atau grup lingkungan; konten belum diverifikasi

Tabel 3 memperlihatkan bahwa ketiga materi meninggalkan jejak dalam jawaban informan, tetapi dalam bentuk yang berbeda: materi pemasaran muncul sebagai pengetahuan tentang kanal dan penjualan daring, materi pencatatan sebagai kesadaran akan pentingnya mencatat, dan materi keuangan digital sebagai kewaspadaan praktis terhadap pembayaran nontunai. Ketiganya diuraikan pada subbagian berikut.

Pembahasan Materi 1: Literasi Keuangan Digital

Materi pertama membahas layanan keuangan digital, ketertiban pengelolaan transaksi, dan keamanan transaksi digital. Tiga dari lima informan menyebut hal yang terkait materi ini sebagai pengetahuan dari pelatihan, dan seluruhnya berbentuk kewaspadaan praktis pada pembayaran nontunai. P1 menyatakan bahwa pembayaran lewat transfer atau kode QR digital perlu diwaspadai dan dicek apakah transaksi sudah benar-benar masuk. P2 menyebut hal serupa untuk penjualan daring, yaitu pembayaran digital perlu dicek dananya sudah masuk atau belum, disertai kehati-hatian terhadap penipuan. P4 menyebut penggunaan pembayaran QR. P3 dan P5 tidak menyebut hal yang terkait materi ini.

Pola ini mengindikasikan bahwa bagian materi yang paling melekat pada informan adalah verifikasi penerimaan dana dan kewaspadaan terhadap penipuan, yakni hal yang langsung bersentuhan dengan risiko kehilangan uang. Dalam pemahaman literasi keuangan digital sebagai gabungan literasi keuangan dan literasi digital yang memuat risiko khas layanan keuangan digital (Lyons & Kass-Hanna, 2021), temuan ini menunjukkan bahwa dimensi risiko telah mendapat tempat dalam pengetahuan sebagian peserta. Namun tidak ada informan yang menyebut layanan keuangan digital lain atau pencatatan transaksi nontunai, sehingga cakupan pengetahuan yang terbentuk tampak sempit. Pembacaan ini bersifat indikatif: instrumen wawancara tidak menanyakan keamanan transaksi secara langsung, sehingga ketiadaan sebutan pada dua informan lain tidak berarti materi tidak dipahami.

Informasi tambahan datang dari P1, yang menyebut pernah memakai aplikasi untuk mencatat keuangan usaha tetapi kurang telaten menginputnya. Pengalaman ini penting karena menunjukkan bahwa hambatan pencatatan digital bukan semata ketersediaan aplikasi, melainkan konsistensi kebiasaan. Keuangan digital membawa manfaat tetapi sejumlah persoalan masih bertahan (Ozili, 2018), dan Peraturan OJK Nomor 22 Tahun 2023 menyediakan kerangka pelindungan konsumen yang dapat dijadikan bahan ajar lanjutan bagi kewaspadaan yang telah disebut peserta (OJK, 2023).

Perbandingan dengan kajian terdahulu memperlihatkan kesamaan dan perbedaan. Antasari et al. (2025) melaporkan bahwa peserta lebih konsisten memakai buku kas dibandingkan aplikasi keuangan dan bahwa konsistensi pencatatan tetap menjadi tantangan; pengalaman P1 dengan aplikasi yang tidak ditekuni sejalan

dengan temuan itu. Nugraha et al. (2026) mengajarkan pembacaan laporan keuangan pada platform dagang digital melalui praktik langsung dan pendampingan. Perbedaan desain tersebut menunjukkan bahwa penguasaan alat digital keuangan umumnya dibangun lewat praktik berulang, bukan satu sesi pemaparan. Untuk Kalampangan, implikasinya adalah materi ini memerlukan sesi lanjutan dengan simulasi, misalnya memeriksa bukti penerimaan dana dan mengenali modus penipuan, serta pendampingan agar aplikasi pencatatan dipakai secara konsisten.

Pembahasan Materi 2: Laporan Keuangan Sederhana

Materi kedua mencakup pentingnya pencatatan, pemisahan keuangan pribadi dan usaha, pencatatan pemasukan dan pengeluaran, serta perhitungan laba dan rugi sederhana. Wawancara menunjukkan kondisi awal yang beragam. P1 mencatat pemasukan dan pengeluaran di buku tulis. P4 hanya mencatat modal untuk memperkirakan keuntungan gorengan hari itu, dan P5 hanya mencatat belanja tanpa pemasukan. P2 menyatakan telah memisahkan uang usaha dan uang rumah tetapi belum mencatat, dan P3 menjawab belum mencatat. Dengan demikian, satu dari lima informan mencatat pemasukan dan pengeluaran, dua mencatat sebagian, dan dua belum mencatat.

Tentang pemisahan uang, P1 menyatakan telah melakukannya sejak membuka usaha pada 2018, dan P2 menyatakan sudah memisahkan uang usaha dan uang rumah tetapi belum mencatatnya. P5 menyatakan pemisahan dilakukan kadang-kadang sedangkan pada waktu lain keuangan masih tercampur, dan P3 menyatakan uang masih bercampur. P4 mengusahakan pencatatan walau kadang-kadang, tanpa menyebut pemisahan secara eksplisit. Dengan demikian, dua informan melaporkan telah memisahkan uang, dua melaporkan pemisahan yang belum konsisten atau belum dilakukan, dan satu tidak dapat dipastikan. Pola P2 menarik: pemisahan uang dapat berjalan tanpa pencatatan, sehingga pemisahan dan pencatatan perlu dilatih sebagai dua kebiasaan yang berbeda. Pola P4 dan P5 menunjukkan perilaku yang baru berlaku sebagian, yang konsisten dengan kesulitan membentuk kebiasaan yang teratur.

Setelah pelatihan, tiga informan (P3, P4, dan P5) menyebut pentingnya mencatat keuangan usaha, dan P5 menambahkan tujuannya, yaitu agar mengetahui untung dan rugi. Kesadaran ini sejalan dengan tujuan materi. Namun, praktik pencatatan setelah pelatihan tidak diverifikasi: tidak ada contoh buku kas, daftar periksa, atau wawancara tindak lanjut. Pola ini mirip dengan temuan meta-analisis bahwa pendidikan keuangan lebih mudah mengubah pengetahuan daripada perilaku (Kaiser & Menkhoff, 2017), dan dengan laporan Antasari et al. (2025) bahwa konsistensi pencatatan tetap menjadi tantangan serta sebagian peserta memerlukan pendampingan yang lebih intensif.

Terdapat dua catatan analitis. Pertama, praktik P4 dan P5 memperlihatkan niat menghitung laba, tetapi data yang dicatat belum memadai: laba tidak dapat dihitung tanpa pemasukan. Pelatihan lanjutan karena itu perlu menekankan pencatatan pemasukan harian sebagai langkah paling kecil dan paling menentukan. Kedua, P1 menunjukkan bahwa pencatatan di buku tulis dapat dijalankan oleh pelaku usaha mikro sejak lama; pengalaman ini berpotensi menjadi contoh sebaya dalam kegiatan pendampingan, meskipun hipotesis ini belum diuji. Materi yang dilaporkan tidak menyebut SAK EMKM secara eksplisit. Pencatatan sederhana ini dapat dipandang

sebagai prasyarat bagi penyusunan laporan sesuai standar bagi usaha mikro (IAI, 2016; Bank Indonesia, 2020), bukan sebagai pengganti standar tersebut.

Pembahasan Materi 3: Pemasaran Berbasis Media Sosial

Materi ketiga mencakup media promosi, konten sederhana, komunikasi dengan calon konsumen, dan perluasan jangkauan. Empat dari lima informan menyebut pemasaran digital sebagai pengetahuan dari pelatihan: P1 menyebut cara penjualan dengan media sosial, P2 menyebut jualan lewat daring, P4 menyebut pembuatan brosur melalui Google, dan P5 menyebut promosi lewat media sosial. P3 tidak menyebut materi ini; ia berjualan di pinggir jalan dengan menunggu pelanggan dan belum memasang promosi di media sosial.

Kanal yang dipakai tetap sederhana. P1 memakai Facebook dan WhatsApp dan menyebut kemudahan pelanggan memesan jasa lewat percakapan. P5 memakai Facebook dan WhatsApp, P4 memakai WhatsApp, dan P2 mempromosikan usahanya hanya di grup lingkungan. Tidak ada informan yang menyebut Instagram atau WhatsApp Business. Temuan ini mengindikasikan bahwa pelatihan sebaiknya dibangun di atas kanal yang telah dikenal peserta, bukan memperkenalkan platform baru, sejalan dengan pandangan bahwa adopsi teknologi oleh usaha kecil ditentukan kesiapan internal dan lingkungan (Rahayu & Day, 2017).

Percakapan sebagai kanal pemesanan, seperti disebut P1, menghubungkan materi pemasaran dengan materi pencatatan. Pesanan yang masuk lewat percakapan menghasilkan data transaksi yang dapat dicatat, sehingga promosi digital dan pencatatan keuangan dapat dilatih sebagai satu alur kerja. Ini merupakan usulan desain, bukan temuan, karena tidak ada informan yang menyatakan telah mengaitkan keduanya.

Dua catatan kehati-hatian berlaku. Pertama, jawaban menunjukkan pengetahuan yang disebut peserta, bukan keterampilan yang diverifikasi, dan belum ada konten promosi yang diperiksa. Kedua, tampak kontras yang dapat diuji: promosi menghasilkan keluaran yang segera terlihat, sedangkan pencatatan menuntut rutinitas yang hasilnya baru tampak kemudian. Jika kontras ini benar, urutan pelatihan lanjutan dapat dimulai dari promosi yang cepat terlihat untuk membangun keterlibatan, lalu menautkannya ke pencatatan. Hipotesis ini memerlukan pengujian.

Literatur memberi konteks tetapi bukan pembuktian bagi kegiatan ini. Pemasaran digital dilaporkan berhubungan positif dengan kinerja usaha kecil dan menengah (Sharabati et al., 2024), dan lingkup pemasaran media sosial luas serta masih menyisakan banyak pertanyaan riset (Dwivedi et al., 2021). Nugraha et al. (2026) melaporkan peningkatan aktivitas konten dan omzet daring setelah pelatihan dengan praktik langsung pada satu mitra, sedangkan Antasari et al. (2025) melaporkan bahwa sekitar delapan dari sepuluh peserta merasa promosi lewat WhatsApp membantu penjualan. Kegiatan di Kalampangan tidak mengukur penjualan atau jangkauan, sehingga tidak ada klaim sejenis yang dapat diajukan.

Dinamika Diskusi dan Permasalahan yang Diidentifikasi Dari Peserta

Laporan kegiatan menyatakan bahwa diskusi, tanya jawab, dan interaksi langsung berlangsung, tetapi isi pertanyaan peserta selama sesi tidak dicatat. Karena itu, dinamika diskusi tidak dapat direkonstruksi, dan permasalahan peserta pada subbagian ini hanya ditarik dari jawaban wawancara lima informan. Tabel 4 memetakan jawaban tersebut menurut tema.

Tabel 4. Matriks Tematik Jawaban Wawancara (P1 Sampai P5)

Tema	P1	P2	P3	P4	P5
Pencatatan sebelum pelatihan	Pemasukan dan pengeluaran di buku tulis	Dipisah, belum dicatat	Belum	Modal saja	Belanja saja, pemasukan belum
Pemisahan uang usaha dan pribadi	Sudah sejak 2018	Sudah memisahkan, belum dicatat	Masih campur	Diusahakan, kadang-kadang	Kadang dipisah, kadang tercampur
Kanal promosi	Facebook dan WhatsApp	Grup lingkungan	Belum memakai media sosial	WhatsApp	Facebook dan WhatsApp
Pengetahuan atau minat yang disebut	Penjualan lewat media sosial; waspada dan cek pembayaran digital (transfer atau QR); pernah memakai aplikasi pencatatan, kurang telaten	Jualan daring; cek dana pembayaran digital sudah masuk; waspada penipuan	Pentingnya pencatatan	Brosur lewat Google; penggunaan pembayaran QR; pentingnya pencatatan	Promosi media sosial; pencatatan untuk tahu untung rugi

Dari matriks tersebut dapat ditarik lima permasalahan. Pertama, pencatatan tidak lengkap atau tidak rutin, dialami empat dari lima informan. Kedua, uang usaha dan pribadi masih bercampur atau hanya kadang-kadang terpisah pada dua informan (P3 dan P5), sedangkan satu informan (P2) memisahkan uang tanpa mencatat. Ketiga, buku tulis belum disertai sistem rekapitulasi, seperti dikemukakan P4 bahwa catatannya belum rapi. Keempat, promosi terbatas pada kanal yang sudah dikenal, dan satu informan belum memanfaatkan media sosial. Kelima, penggunaan alat digital untuk pencatatan belum menjadi kebiasaan: satu informan pernah memakai aplikasi pencatatan tetapi kurang telaten menginputnya, dan tidak ada informan lain yang menyebut aplikasi keuangan atau lembar kerja digital, yang mengindikasikan kesenjangan keterampilan digital untuk pencatatan, bukan untuk promosi.

Pertanyaan kelima wawancara menanyakan pengetahuan baru sekaligus kendala, dan pertanyaan kedua juga menanyakan pengetahuan baru. Akibatnya jawaban kendala tidak muncul secara eksplisit; permasalahan di atas disimpulkan dari jawaban tentang praktik, bukan dari pernyataan kendala informan. Hal ini menjadi catatan perbaikan instrumen pada subbagian keterbatasan.

Efisiensi Sumber Daya

Kegiatan dibiayai secara swadaya melalui iuran tim dosen, dengan dukungan Program Studi Pendidikan Ekonomi. Nominal biaya sengaja tidak ditampilkan dalam artikel ini. Dari sisi struktur, kegiatan memanfaatkan sumber daya yang sudah tersedia: dosen internal sebagai narasumber, aula kantor kelurahan sebagai tempat, undangan peserta yang difasilitasi kelurahan, dan mahasiswa untuk dokumentasi. Rincian pembiayaan dalam laporan memuat pos konsumsi, spanduk, dokumentasi, perlengkapan, dan publikasi, tanpa pos sewa tempat, yang sejalan dengan pemanfaatan fasilitas kelurahan. Format ini dapat disebut praktik PkM berbiaya rendah karena kebutuhan dananya terbatas pada komponen pendukung, bukan pada peralatan atau program berjenjang.

Efisiensi tidak sama dengan efektivitas. Karena tidak ada ukuran hasil, biaya per capaian tidak dapat dihitung, dan klaim bahwa format ini hemat biaya hanya berlaku pada sisi masukan. Perbandingan dengan Nugraha et al. (2026), yang memakai hibah, peralatan produksi dan promosi, serta pendampingan dua bulan, memperlihatkan pertukaran yang jelas: program yang lebih intensif menghasilkan bukti hasil yang lebih kaya, sedangkan format ringan mudah direplikasi tetapi menghasilkan bukti yang tipis. Risiko lain adalah ketergantungan pada iuran pribadi, yang menyulitkan keberlanjutan pendampingan. Dukungan kelembagaan yang terjadwal, misalnya pos pendampingan lanjutan dalam rencana kerja program studi, merupakan prasyarat bagi tindak lanjut yang diusulkan pada subbagian 9.

Faktor Pendukung dan Penghambat

Faktor pendukung yang dapat diidentifikasi dari laporan dan wawancara adalah sebagai berikut. Pertama, fasilitasi kelurahan melalui undangan umum dan penyediaan aula memudahkan akses ke peserta. Kedua, tujuh narasumber dari satu program studi memungkinkan pembahasan tiga materi sekaligus dengan rasio narasumber terhadap peserta yang kecil. Ketiga, metode diskusi dan interaksi langsung sesuai dengan prinsip pembelajaran orang dewasa (Knowles et al., 2015). Keempat, peserta telah memakai kanal yang familier, yaitu Facebook, WhatsApp, atau grup lingkungan, sehingga hambatan masuk ke pemasaran digital relatif rendah. Kelima, kewaspadaan praktis yang telah disebut sebagian peserta terhadap pembayaran digital dan minat pada pemasaran daring menjadi modal untuk pendampingan lanjutan.

Faktor penghambat yang terindikasi adalah sebagai berikut. Pertama, durasi sekitar dua jam untuk tiga materi dan tanpa praktik langsung membatasi kedalaman. Kedua, kesenjangan keterampilan digital: promosi memakai kanal sederhana, dan satu-satunya pengalaman memakai aplikasi pencatatan tidak berlanjut karena kurang telaten. Ketiga, kebiasaan pencatatan yang belum terbentuk, tampak pada pencatatan sebagian dan pencampuran uang. Keempat, tidak adanya baseline, pre-test dan post-test, serta mekanisme tindak lanjut, sehingga perubahan tidak dapat ditelusuri. Kelima, kapasitas evaluasi tim yang terbatas, yang tercermin pada keputusan mewawancarai lima peserta. Keseluruhan faktor ini adalah indikasi yang ditarik dari data deskriptif, bukan hasil pengujian hubungan sebab akibat.

Keterbatasan Kegiatan

Keterbatasan utama kegiatan adalah belum terlaksananya praktik langsung pembukuan keuangan dan pemasaran digital karena keterbatasan waktu. Padahal,

praktik langsung merupakan komponen yang dilaporkan menopang hasil pada kajian pembanding (Antasari et al., 2025; Nugraha et al., 2026). Akibatnya, kegiatan ini lebih tepat dipahami sebagai pengenalan dan penyadaran daripada pelatihan keterampilan.

Keterbatasan metodologis juga perlu dinyatakan. Pertama, wawancara hanya melibatkan lima dari 21 peserta (sekitar 23,8%), dengan kriteria pemilihan yang tidak terdokumentasi, sehingga temuan tidak dapat digeneralisasi dan mungkin mencerminkan peserta yang lebih bersedia berbicara. Kedua, jawaban bersifat laporan sendiri dan dapat dipengaruhi kecenderungan memberi jawaban yang menyenangkan pewawancara, karena wawancara dilakukan langsung oleh tim PkM yang juga melaksanakan pelatihan. Ketiga, wawancara dilakukan pada hari yang sama dengan pelatihan dan hanya berdurasi lima sampai sepuluh menit, sehingga kedalaman jawaban terbatas dan belum ada jeda waktu untuk menilai perubahan praktik; selain itu tidak ada baseline, pre-test, dan post-test, sehingga frasa seperti "sebelum pelatihan" bergantung pada ingatan informan. Keempat, pertanyaan keempat menyebut nama alat tertentu dan dapat mengarahkan jawaban, sedangkan pertanyaan kedua dan kelima tumpang tindih sehingga kendala tidak tergali. Kelima, data pendaftaran dilaporkan sendiri oleh peserta dan tidak membedakan omzet dan laba. Keenam, tidak ada pengukuran omzet, laba, atau aktivitas media sosial. Tabel 5 merangkum batas bukti dengan kerangka empat tingkat evaluasi.

Tabel 5. Batas Bukti Menurut Tingkat Evaluasi, dan Instrumen yang Diusulkan

Tingkat (Kirkpatrick & Kirkpatrick, 2016)	Bukti yang tersedia	Klaim yang dapat diajukan	Instrumen yang diusulkan untuk kegiatan lanjutan
1. Reaksi	Catatan pelaksana tentang partisipasi aktif; foto kegiatan	Peserta hadir dan terlibat berdasarkan catatan pelaksana	Angket kepuasan singkat dan lembar daftar hadir per sesi
2. Pembelajaran	Jawaban wawancara lima informan tentang pengetahuan yang disebut	Terdapat indikasi pengetahuan yang dilaporkan sendiri: kewaspadaan pada pembayaran digital (3 dari 5), pentingnya pencatatan (3 dari 5), dan pemasaran digital (4 dari 5)	Pre-test dan post-test 10 sampai 15 butir (pengetahuan dan kasus situasional) untuk ketiga materi
3. Perilaku	Pernyataan praktik awal (sebelum pelatihan) dan niat	Belum dapat diklaim	Daftar periksa pencatatan 4 sampai 8 minggu, pemeriksaan buku kas, log aktivitas media sosial, wawancara tindak lanjut
4. Hasil	Tidak ada	Belum dapat diklaim	Catatan omzet dan laba sederhana sebelum dan sesudah, dibandingkan pada periode yang sama

Implikasi dan Rencana Keberlanjutan

Temuan dan batas buktinya mengarah pada rencana tiga tahap. Tahap pertama adalah pendampingan berkala selama beberapa minggu melalui grup komunikasi dan pertemuan singkat, mengikuti model pemantauan yang dilaporkan Antasari et al. (2025), dengan fokus pada langkah kecil: mengisi pemasukan harian, memisahkan uang usaha, dan mengunggah satu konten promosi per minggu. Tahap kedua adalah

pelatihan lanjutan yang dipisah per materi dan berisi praktik langsung, termasuk simulasi keamanan transaksi digital serta pembuatan laba rugi sederhana berpedoman pada Bank Indonesia (2020) dan SAK EMKM (IAI, 2016). Tahap ketiga adalah evaluasi dengan instrumen pada Tabel 5, sehingga pada kegiatan berikutnya tingkat perilaku dapat dilaporkan.

Gambar 1 mengusulkan kerangka konseptual yang menggabungkan rencana tersebut dengan batas bukti. **Gambar 1. Kerangka konseptual dari pelatihan ke praktik dan batas bukti (usulan deskripsi untuk dibuat sebagai diagram).** Diagram disusun dari kiri ke kanan dalam empat kotak. Kotak pertama, masukan: tiga materi, tujuh narasumber, dan metode diskusi. Kotak kedua, keluaran terdokumentasi: 21 peserta dan interaksi langsung. Kotak ketiga, indikasi awal: kewaspadaan pembayaran digital, kesadaran pencatatan, dan pengetahuan pemasaran digital (n = 5 informan), digambar dengan garis penuh. Kotak keempat, hasil yang belum terbukti: perubahan praktik dan kinerja usaha, digambar dengan garis putus-putus. Panah kembali dari kotak keempat ke kotak ketiga diberi label pendampingan dan praktik langsung. Garis putus-putus pada kotak keempat menegaskan bahwa bagian tersebut merupakan sasaran evaluasi, bukan temuan.

Tabel 6. Permasalahan, Solusi, Luaran, dan Tindak Lanjut

Permasalahan peserta (dari wawancara)	**Solusi pada kegiatan**	**Luaran terdokumentasi**	**Tindak lanjut dan indikator**
Pencatatan tidak lengkap atau tidak rutin	Materi laporan keuangan sederhana	Penyampaian materi dan diskusi; belum ada luaran catatan	Template buku kas harian; indikator: pemasukan harian terisi
Uang usaha dan pribadi bercampur	Materi pemisahan keuangan	Kesadaran pentingnya pencatatan (3 dari 5 informan)	Latihan alokasi uang usaha; indikator: pemisahan terverifikasi
Promosi terbatas pada kanal yang dikenal	Materi pemasaran media sosial	Pengetahuan pemasaran digital disebut 4 dari 5 informan	Praktik pembuatan satu materi promosi; indikator: materi diunggah
Aplikasi pencatatan belum menjadi kebiasaan; kewaspadaan pembayaran digital baru pada sebagian peserta	Materi keuangan digital	Kewaspadaan pembayaran digital disebut 3 dari 5 informan	Sesi simulasi pengecekan pembayaran dan pengenalan penipuan, serta pendampingan aplikasi pencatatan; indikator: skor post-test dan log pencatatan

Bagi pemangku kepentingan, implikasinya berbeda. Bagi mitra, kelurahan dapat memfasilitasi kelompok sebaya pelaku usaha perempuan, memanfaatkan pengalaman pencatatan peserta seperti P1, serta menyediakan tempat dan jadwal pertemuan. Bagi program studi, pendampingan perlu dilembagakan dengan dukungan dana terjadwal dan pelibatan mahasiswa sebagai pendamping. Bagi pelaksana PkM berikutnya,

instrumen evaluasi sederhana sebaiknya dirancang sebelum kegiatan, bukan sesudahnya. Bagi lembaga yang bergerak dalam literasi keuangan, kegiatan semacam ini dapat menjadi jalur kolaborasi karena strategi nasional menyasar pelaku UMKM dan perempuan (OJK, 2022).

4. Kesimpulan

Pelatihan terpadu literasi keuangan digital, laporan keuangan sederhana, dan pemasaran media sosial terlaksana pada 5 Agustus 2026 selama sekitar dua jam, melibatkan 21 ibu pelaku UMKM dan tujuh narasumber, dengan pemaparan, diskusi, dan tanya jawab. Berdasarkan wawancara lima peserta, kondisi awal pencatatan keuangan beragam, pemisahan uang usaha dan pribadi belum konsisten, dan kanal promosi masih sederhana. Setelah pelatihan, tiga informan menyebut kewaspadaan terhadap pembayaran digital (memeriksa dana yang masuk dan mewaspadai penipuan), tiga informan menekankan pentingnya pencatatan, dan empat informan menyebut pemasaran digital sebagai pengetahuan baru. Satu informan pernah memakai aplikasi pencatatan tetapi kurang telaten menginputnya.

Bukti yang tersedia hanya mendukung simpulan pada tingkat partisipasi dan indikasi kesadaran. Perubahan perilaku yang berkelanjutan dan kinerja usaha tidak diukur dan tidak dapat disimpulkan. Pelatihan tatap muka singkat berpotensi menjadi pintu masuk penyadaran, tetapi perubahan praktik diharapkan memerlukan pendampingan dan praktik langsung. Temuan berasal dari lima informan sehingga tidak dapat digeneralisasi.

Saran bagi mitra adalah membentuk kelompok sebaya dan memulai pencatatan pemasukan harian yang sederhana. Bagi program studi, pendampingan berkelanjutan perlu dilembagakan dengan dukungan dana terjadwal. Bagi pelaksana PkM berikutnya, pelatihan sebaiknya dipisah per materi dengan praktik langsung, dilengkapi pre-test dan post-test, daftar periksa pencatatan, dan wawancara tindak lanjut, serta instrumen wawancara yang memisahkan pertanyaan pengetahuan dari kendala.

5. Daftar Pustaka

Antasari, N. D., Iswahyudi, & Zulhamdani. (2025). Efektivitas program pengabdian masyarakat dalam meningkatkan kompetensi pengelolaan bisnis UMKM di Jakarta Selatan. *Abdi Dharma, 5*(2), 241–252. https://doi.org/10.31253/ad.v5i2.4014

Aribawa, D. (2016). Pengaruh literasi keuangan terhadap kinerja dan keberlangsungan UMKM di Jawa Tengah. *Jurnal Siasat Bisnis, 20*(1), 1–13. https://doi.org/10.20885/jsb.vol20.iss1.art1

Bank Indonesia. (2020). *Pedoman penyusunan laporan keuangan UMKM*. Bank Indonesia.

Braun, V., & Clarke, V. (2006). Using thematic analysis in psychology. *Qualitative Research in Psychology, 3*(2), 77–101. https://doi.org/10.1191/1478088706qp063oa

Dwivedi, Y. K., Ismagilova, E., Hughes, D. L., Carlson, J., Filieri, R., Jacobson, J., Jain, V., Karjaluoto, H., Kefi, H., Krishen, A. S., Kumar, V., Rahman, M. M., Raman, R., Rauschnabel, P. A., Rowley, J., Salo, J., Tran, G. A., & Wang, Y. (2021). Setting the future of digital and social media marketing research: Perspectives and research

propositions. *International Journal of Information Management, 59*, Article 102168. https://doi.org/10.1016/j.ijinfomgt.2020.102168

Ikatan Akuntan Indonesia. (2016). *Standar akuntansi keuangan entitas mikro, kecil, dan menengah (SAK EMKM)*. Ikatan Akuntan Indonesia.

Kaiser, T., Lusardi, A., Menkhoff, L., & Urban, C. (2022). Financial education affects financial knowledge and downstream behaviors. *Journal of Financial Economics, 145*(2), 255–272. https://doi.org/10.1016/j.jfineco.2021.09.022

Kaiser, T., & Menkhoff, L. (2017). Does financial education impact financial literacy and financial behavior, and if so, when? *The World Bank Economic Review, 31*(3), 611–630. https://doi.org/10.1093/wber/lhx018

Kementerian Koperasi dan Usaha Kecil dan Menengah Republik Indonesia. (2020). *Perkembangan data usaha mikro, kecil, menengah (UMKM) dan usaha besar*. Kementerian Koperasi dan UKM Republik Indonesia.

Kirkpatrick, J. D., & Kirkpatrick, W. K. (2016). *Kirkpatrick's four levels of training evaluation*. ATD Press.

Knowles, M. S., Holton, E. F., III, & Swanson, R. A. (2015). *The adult learner: The definitive classic in adult education and human resource development* (8th ed.). Routledge.

Lusardi, A. (2019). Financial literacy and the need for financial education: Evidence and implications. *Swiss Journal of Economics and Statistics, 155*, Article 1. https://doi.org/10.1186/s41937-019-0027-5

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

Lyons, A. C., & Kass-Hanna, J. (2021). A methodological overview to defining and measuring "digital" financial literacy. *Financial Planning Review, 4*(2), 111–123. https://doi.org/10.1002/cfp2.1113

Nugraha, G. A., Wijaya, M., Sukoco, H., Alkaromatunnisa, R., & Indriyani, D. (2026). Peningkatan literasi laporan keuangan dan pemasaran digital melalui pelatihan dan pendampingan pada UMKM Erzi Craft, Purbalingga. *Jurnal Abdi Insani, 13*(1), 484–494. https://doi.org/10.29303/abdiinsani.v13i1.3312

Otoritas Jasa Keuangan. (2022). *Strategi nasional literasi keuangan Indonesia*. Otoritas Jasa Keuangan.

Otoritas Jasa Keuangan. (2023). *Peraturan Otoritas Jasa Keuangan Nomor 22 Tahun 2023 tentang pelindungan konsumen dan masyarakat di sektor jasa keuangan*. https://ojk.go.id/id/regulasi/Pages/Pelindungan-Konsumen-dan-Masyarakat-di-Sektor-Jasa-Keuangan.aspx

Otoritas Jasa Keuangan, & Badan Pusat Statistik. (2025, 2 Mei). *Indeks literasi dan inklusi keuangan masyarakat meningkat, OJK dan BPS umumkan hasil Survei Nasional Literasi dan Inklusi Keuangan (SNLIK) tahun 2025* (Siaran Pers SP 69/OJK/GKPB/V/2025). https://www.ojk.go.id/id/berita-dan-kegiatan/siaran-pers/Pages/OJK-dan-BPS-Umumkan-Hasil-Survei-Nasional-Literasi-Dan-Inklusi-Keuangan-SNLIK-Tahun-2025.aspx

Ozili, P. K. (2018). Impact of digital finance on financial inclusion and stability. *Borsa Istanbul Review, 18*(4), 329–340. https://doi.org/10.1016/j.bir.2017.12.003

Pemerintah Republik Indonesia. (2021). *Peraturan Pemerintah Nomor 7 Tahun 2021 tentang kemudahan, pelindungan, dan pemberdayaan koperasi dan usaha mikro,*

kecil, dan menengah. https://peraturan.bpk.go.id/Details/161837/pp-no-7-tahun-2021

Rahayu, R., & Day, J. (2017). E-commerce adoption by SMEs in developing countries: Evidence from Indonesia. *Eurasian Business Review, 7*, 25–41.

Sharabati, A.-A. A., Ali, A. A. A., Allahham, M. I., Hussein, A. A., Alheet, A. F., & Mohammad, A. S. (2024). The impact of digital marketing on the performance of SMEs: An analytical study in light of modern digital transformations. *Sustainability, 16*(19), 8667. https://doi.org/10.3390/su16198667

Undang-Undang Republik Indonesia Nomor 20 Tahun 2008 tentang Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah.

Yin, R. K. (2018). *Case study research and applications: Design and methods* (6th ed.). SAGE Publications.