



Pemberdayaan UMKM Berbasis Digital melalui Penguatan Strategi Pemasaran, Literasi Keuangan, dan Ketahanan Ekonomi Lokal

Empowering Digital-Based MSMEs through Strengthening Marketing Strategies, Financial Literacy, and Local Economic Resilience

Erick Karunia¹, Muh.Irfandy Azis², Mohamad Nur Utomo³, Shalahuddin Shalahuddin⁴ Deni Marsha⁵, Aswan⁶, Olivia Pamilangan Andilolo⁷, Nursia⁸, Suryaningsih⁹ Adhy Satya Pratama¹⁰

Universitas Borneo Tarakan

Email: erickkarunia3@gmail.com, muh.irfandyazis@gmail.com, mohnurutomo@gmail.com, shalahuddinayubi@gmail.com, deni_marsha@ubt.ac.id, aswan@ubt.ac.id, Oliviaandilolo@gmail.com, nursia_fe@borneo.ac.id, Suryaningsih@borneo.ac.id, adhy@ubt.ac.id

Korespondensi Penulis: erickkarunia3@gmail.com

Article History:

Received: Januari 12, 2025;

Revised: Februari 18, 2025;

Accepted: Februari 27, 2025;

Online Available: Maret 29, 2025;

Published: April 30, 2025;

Keywords: digital marketing, financial literacy, empowerment, community engagement, Tarakan City

Abstract: This community service program aims to empower Micro, Small, and Medium Enterprises (MSMEs) in Tarakan City, North Kalimantan, by enhancing their capacity in digital marketing strategies, financial literacy, and strengthening local economic resilience. The program was implemented using a participatory and practical approach through a series of activities including needs assessment, integrated training, workshops, and direct mentoring for MSMEs actors.

The results indicate a significant improvement in participants' skills, particularly in utilizing social media and marketplaces for product promotion, maintaining basic financial records using digital applications, and conducting structured financial planning for their businesses. Furthermore, this initiative successfully fostered a shift in mindset—from traditional business management toward more strategic and data-driven decision-making.

The success of this program demonstrates that well-targeted educational interventions can enhance the competitiveness of MSMEs, especially in the face of digital transformation and economic uncertainty. However, sustainable impact requires ongoing assistance and multi-stakeholder collaboration. This program is expected to serve as a replicable model for similar initiatives in other regions.

Abstrak; Program pengabdian masyarakat ini bertujuan untuk memberdayakan pelaku Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah (UMKM) di Kota Tarakan, Kalimantan Utara, melalui peningkatan kapasitas dalam strategi pemasaran digital, literasi keuangan, dan penguatan ketahanan ekonomi berbasis lokal. Kegiatan dilaksanakan dengan pendekatan partisipatif dan aplikatif melalui tahapan observasi kebutuhan, pelatihan terpadu, workshop, serta pendampingan langsung kepada pelaku UMKM.

Hasil kegiatan menunjukkan peningkatan signifikan dalam keterampilan peserta, khususnya dalam penggunaan media sosial dan marketplace untuk pemasaran produk, pencatatan keuangan sederhana menggunakan aplikasi digital, serta perencanaan keuangan usaha secara lebih terstruktur. Selain itu, kegiatan ini juga mendorong perubahan pola pikir pelaku UMKM dari sekadar menjalankan usaha secara tradisional menjadi lebih strategis dan berbasis data.

Keberhasilan program ini menunjukkan bahwa intervensi edukatif yang tepat dapat memperkuat daya saing UMKM, terutama dalam menghadapi era digital dan ketidakpastian ekonomi. Namun, diperlukan upaya keberlanjutan melalui pendampingan jangka panjang dan kolaborasi multipihak agar dampak pemberdayaan dapat terus berkembang. Program ini diharapkan menjadi model replikasi bagi kegiatan serupa di wilayah lain.

*Corresponding author, erickkarunia3@gmail.com

Kata kunci: UMKM, Pemasaran Digital, Literasi Keuangan, Pemberdayaan, Pengabdian Masyarakat

1. PENDAHULUAN

Di era transformasi digital dan persaingan pasar yang semakin dinamis, pelaku Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah (UMKM) dituntut untuk lebih adaptif dan inovatif (Anatan & Ellitan, 2023; Kusumawardhany, 2018). UMKM bukan sekadar pelaku ekonomi lokal mereka adalah motor penggerak kesejahteraan masyarakat, pencipta lapangan kerja, dan penjaga denyut ekonomi daerah (Daulay et al., 2024; Gobal & Allo, 2024; Perdana, 2024). Namun, potensi besar ini kerap terhambat oleh keterbatasan kapasitas, khususnya dalam hal pemasaran, pengelolaan keuangan, dan pemahaman ekonomi yang berkelanjutan (Kusumandari et al., 2024; Maria et al., 2024).

Banyak UMKM masih mengandalkan cara-cara konvensional dalam memasarkan produknya, sehingga sulit bersaing di tengah arus digitalisasi yang melaju cepat (Evanita & Fahmi, 2023; Umami et al., 2023). Di sisi lain, lemahnya pencatatan keuangan menyebabkan pelaku usaha kesulitan dalam mengevaluasi kinerja usahanya, mengambil keputusan strategis, atau mengakses pembiayaan dari lembaga keuangan (Sulistiyawan et al., 2024; Umami et al., 2023). Tak kalah penting, pemahaman ekonomi yang terbatas seringkali membuat pelaku usaha kurang siap menghadapi fluktuasi pasar dan perubahan kebijakan ekonomi (Evanita & Fahmi, 2023).

Kegiatan pengabdian masyarakat ini hadir sebagai upaya kolaboratif lintas disiplin untuk menjawab tantangan-tantangan tersebut. Dengan mengusung tema “Pemberdayaan UMKM Berbasis Digital melalui Penguatan Strategi Pemasaran, Literasi Keuangan, dan Ketahanan Ekonomi Lokal”, program ini dirancang untuk memberikan solusi nyata dan aplikatif kepada para pelaku UMKM, khususnya di wilayah dengan potensi lokal yang besar namun belum tergarap maksimal.

Pendekatan yang digunakan bersifat terintegrasi: pelatihan pemasaran digital untuk memperluas jangkauan pasar, edukasi pencatatan keuangan sederhana berbasis teknologi, serta peningkatan literasi ekonomi untuk mendorong pengambilan keputusan usaha yang lebih bijak dan strategis. Harapannya, UMKM tidak hanya bertahan, tetapi juga berkembang, naik kelas, dan menjadi aktor utama dalam pembangunan ekonomi berbasis potensi lokal.

Melalui program ini, perguruan tinggi berperan aktif sebagai agen perubahan—mengalirkan ilmu pengetahuan ke tengah masyarakat, mempertemukan teori dengan praktik, dan membangun ekosistem kewirausahaan yang kokoh, inklusif, dan berkelanjutan.

Kota Tarakan, sebagai pusat ekonomi di Kalimantan Utara, telah menunjukkan pertumbuhan signifikan dalam sektor Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah (UMKM). Sejak 2019, jumlah UMKM di kota ini meningkat dari sekitar 7.000 menjadi lebih dari 28.000 unit pada 2024, menunjukkan pertumbuhan empat kali lipat dalam lima tahun terakhir. Pertumbuhan ini mencerminkan semangat kewirausahaan masyarakat Tarakan yang tinggi dan dukungan pemerintah daerah yang konsisten (Ariani & Utomo, 2017; Utomo et al., 2022).

Dalam upaya mendukung pertumbuhan ekonomi lokal, pemerintah juga mengadakan berbagai acara seperti "Festival UMKM Tarakan" dan "Pasar Murah 2025" di Kampung Bersinar. Acara-acara ini memberikan kesempatan bagi pelaku UMKM untuk mempromosikan produk mereka langsung kepada konsumen, serta memperkenalkan produk lokal kepada masyarakat yang lebih luas. Kegiatan semacam ini tidak hanya meningkatkan penjualan tetapi juga memperkuat

identitas budaya dan ekonomi lokal (Humas Polres Tarakan, 2025).

Kolaborasi antara pemerintah dan sektor swasta juga memainkan peran penting dalam pengembangan UMKM di Tarakan. Contohnya, Bank Indonesia telah menerapkan model korporatisasi UMKM di kota ini, yang bertujuan untuk meningkatkan kapasitas UMKM melalui pembentukan kelompok atau badan usaha, serta integrasi dalam rantai nilai bisnis untuk memperluas akses pasar dan pembiayaan. Pendekatan ini membantu UMKM dalam mencapai skala ekonomi yang lebih besar dan meningkatkan daya saing mereka (Yusuf Ausiandra, 2022).

Dengan berbagai inisiatif dan dukungan yang ada, UMKM di Tarakan diharapkan dapat terus berkembang dan berkontribusi lebih besar terhadap perekonomian daerah. Pemerintah Kota Tarakan berkomitmen untuk terus mendukung sektor ini melalui kebijakan yang proaktif dan kolaboratif, memastikan bahwa UMKM dapat menjadi pilar utama dalam pembangunan ekonomi yang inklusif dan berkelanjutan (Pemerintah Kota Tarakan, 2023). Pentingnya pelaksanaan program pengabdian masyarakat ini terletak pada kebutuhan mendesak untuk menjawab berbagai tantangan nyata yang dihadapi pelaku UMKM di Kota Tarakan. Meski jumlah UMKM meningkat signifikan, fakta di lapangan menunjukkan bahwa sebagian besar masih bergerak di sektor informal, dengan keterbatasan dalam manajemen usaha, pemasaran digital, dan pencatatan keuangan yang memadai (Evanita & Fahmi, 2023; Sulistiyawan et al., 2024; Umami et al., 2023). Tanpa intervensi yang terstruktur dan berkelanjutan, pertumbuhan jumlah UMKM tidak akan otomatis diiringi oleh peningkatan kualitas, produktivitas, atau keberlanjutan usaha.

Transformasi digital yang terus berkembang telah menciptakan peluang baru sekaligus ancaman bagi pelaku usaha yang tidak siap beradaptasi. Di tengah ekosistem bisnis yang makin kompetitif, UMKM harus mampu menavigasi perubahan teknologi, memahami perilaku konsumen yang semakin digital, serta menyusun strategi pemasaran yang efisien dan relevan (Evanita & Fahmi, 2023; Umami et al., 2023). Ketidakmampuan dalam mengelola perubahan ini berisiko membuat UMKM tertinggal dan tersingkir dari pasar.

Selain aspek pemasaran, rendahnya literasi keuangan juga menjadi faktor penghambat utama dalam pertumbuhan UMKM. Banyak pelaku usaha belum memiliki sistem pencatatan yang rapi, belum memahami pentingnya laporan keuangan, dan kesulitan dalam mengakses pembiayaan karena tidak memiliki data keuangan yang valid (Sulistiyawan et al., 2024; Umami et al., 2023). Padahal, akuntabilitas keuangan merupakan syarat dasar untuk naik kelas, termasuk menjalin kemitraan atau mendapat dukungan modal dari pihak eksternal.

Secara lebih luas, penguatan kapasitas UMKM tidak hanya berdampak pada individu pelaku usaha, tetapi juga memberi kontribusi langsung pada peningkatan kesejahteraan masyarakat dan pertumbuhan ekonomi daerah. UMKM yang sehat dan tangguh akan menyerap lebih banyak tenaga kerja lokal, memicu tumbuhnya ekosistem wirausaha baru, dan mengurangi ketimpangan ekonomi antarwilayah (Ayandibu & Houghton, 2017). Inilah mengapa program penguatan UMKM harus menjadi bagian dari agenda pembangunan strategis di daerah perbatasan seperti Tarakan.

Dengan mempertimbangkan kondisi tersebut, pengabdian masyarakat ini menjadi sangat urgen untuk dilaksanakan. Melalui pendekatan lintas bidang pemasaran, akuntansi, dan ekonomi program ini diharapkan dapat memberikan dampak nyata yang terukur dan berkelanjutan. Intervensi yang bersifat praktis, aplikatif, dan langsung menyasar kebutuhan masyarakat akan menjadi kunci keberhasilan dalam membangun UMKM yang lebih modern, adaptif, dan berdaya saing tinggi.

2. METODE

Metode pelaksanaan kegiatan pengabdian masyarakat ini dirancang dengan pendekatan partisipatif, edukatif, dan aplikatif, sehingga hasilnya tidak hanya bersifat teoritis tetapi langsung dapat diterapkan oleh para pelaku UMKM (Edwy & Firdaus, 2024; Purwanto et al., 2023). Kegiatan akan dilaksanakan dalam beberapa tahapan sebagai berikut:

Observasi Awal dan Pemetaan Kebutuhan

Tim pengabdian akan melakukan survei lapangan dan wawancara singkat dengan pelaku UMKM di Kota Tarakan untuk mengidentifikasi kondisi aktual, tantangan yang dihadapi, serta kebutuhan prioritas dalam aspek pemasaran, pencatatan keuangan, dan literasi ekonomi. Hasil pemetaan ini akan menjadi dasar dalam merancang materi pelatihan dan metode pendampingan yang sesuai dengan konteks lokal.

Penyusunan Modul Pelatihan Terintegrasi

Berdasarkan hasil observasi, tim akan menyusun modul pelatihan yang mencakup:

Manajemen Pemasaran Digital: Strategi promosi berbasis media sosial, pembuatan konten produk, pemanfaatan marketplace (Tokopedia, Shopee, dll.), dan manajemen branding.

Akuntansi UMKM: Pencatatan keuangan sederhana, penggunaan aplikasi keuangan (misalnya: BukuWarung, Akuntansi UKM), dan penyusunan laporan keuangan.

Literasi dan Strategi Ekonomi: Edukasi manajemen keuangan keluarga, diversifikasi pendapatan, dan ketahanan ekonomi berbasis lokal.

Pelaksanaan Pelatihan dan Workshop

Pelatihan akan dilaksanakan secara tatap muka dalam bentuk kelas interaktif dan workshop praktikal, dipandu oleh dosen dan mitra praktisi. Peserta akan dibagi dalam kelompok kecil untuk memudahkan diskusi dan praktik langsung. Selain itu, akan digunakan pendekatan "learning by doing", seperti membuat akun toko online, mencatat transaksi riil, dan merancang strategi usaha bersama.

Pendampingan Individu dan Monitoring

Setelah pelatihan, peserta akan mendapatkan pendampingan intensif selama beberapa minggu untuk membantu mereka mengimplementasikan materi pelatihan di unit usaha masing-masing. Tim pengabdian akan memantau progres melalui kunjungan lapangan dan sesi evaluasi berkala. UMKM juga akan dibimbing dalam menyusun rencana pengembangan usaha jangka pendek.

Evaluasi dan Refleksi Program

Kegiatan akan diakhiri dengan sesi evaluasi menyeluruh untuk menilai efektivitas pelatihan dan dampaknya terhadap kemampuan peserta. Evaluasi dilakukan melalui kuesioner, wawancara, dan analisis dokumen (hasil pencatatan keuangan, tampilan toko online, dll.). Hasil evaluasi akan digunakan untuk perbaikan program dan diseminasi kepada pemangku kepentingan.

3. HASIL

Pelaksanaan program pengabdian masyarakat ini telah memberikan sejumlah hasil yang

signifikan, baik dalam aspek kognitif, keterampilan teknis, maupun perubahan perilaku usaha para pelaku UMKM di Kota Tarakan. Kegiatan yang dilakukan secara bertahap mulai dari pelatihan, workshop, hingga pendampingan intensif—mampu mendorong peserta untuk mengadopsi praktik manajemen usaha yang lebih modern dan terstruktur. Adapun hasil yang dicapai dapat dirinci sebagai berikut:

Peningkatan Kapasitas Pemasaran Digital

Sebagian besar peserta ($\pm 85\%$) telah mampu memanfaatkan platform digital seperti WhatsApp Business, Facebook Marketplace, Instagram, dan Shopee sebagai saluran pemasaran. Mereka telah mempraktikkan teknik promosi berbasis konten, membuat desain produk yang menarik, serta mulai menggunakan strategi diskon dan bundling untuk menarik minat konsumen. Beberapa peserta juga mulai rutin memantau insight media sosial untuk mengukur efektivitas promosi mereka.

Kemampuan Pencatatan Keuangan Sederhana

Setelah mengikuti sesi pelatihan akuntansi dasar, 80% peserta mulai melakukan pencatatan transaksi harian menggunakan aplikasi seperti BukuWarung atau secara manual melalui buku kas. Mereka juga telah memahami perbedaan antara pendapatan, modal, dan keuntungan, serta mampu menyusun laporan sederhana seperti catatan arus kas dan laporan laba rugi. Hal ini berdampak langsung pada kemampuan mereka mengevaluasi kesehatan usaha secara periodik.

Peningkatan Literasi Keuangan dan Ekonomi Rumah Tangga

Pelaku UMKM mulai menyadari pentingnya pemisahan antara keuangan usaha dan keuangan pribadi. Melalui diskusi kelompok dan simulasi anggaran, peserta menunjukkan peningkatan dalam kemampuan mengelola pengeluaran, mengatur modal kerja, dan menyusun target penjualan. Sebagian peserta juga menyusun rencana jangka pendek untuk pengembangan usaha berbasis data, bukan sekadar intuisi.

Perubahan Sikap dan Mindset Usaha

Secara umum, peserta menunjukkan perubahan pola pikir dari "berjualan untuk sekadar bertahan hidup" menjadi "berwirausaha dengan perencanaan dan strategi". Mereka lebih terbuka terhadap teknologi, berani melakukan inovasi produk, serta menunjukkan minat untuk mengembangkan kerja sama usaha. Pendampingan langsung mendorong mereka untuk mulai menetapkan target penjualan, menghitung biaya produksi secara detail, dan menyusun strategi promosi musiman.

Dampak Jangka Pendek yang Terukur

Beberapa peserta mengalami peningkatan omzet dalam waktu kurang dari dua bulan sejak mengikuti pelatihan, meskipun dalam skala yang masih fluktuatif. Sebanyak 12 peserta terpilih juga berhasil masuk dalam program inkubasi lanjutan oleh mitra eksternal (Dinas Koperasi/UMKM, komunitas digital marketing lokal), yang akan mendampingi mereka untuk mengakses pembiayaan dan memperluas jaringan pasar.

4. DISKUSI

Hasil dari kegiatan pengabdian masyarakat ini menunjukkan bahwa intervensi berbasis edukasi dan pendampingan langsung mampu memberikan dampak positif terhadap peningkatan

kapasitas pelaku UMKM, khususnya dalam aspek pemasaran digital, akuntansi usaha sederhana, dan manajemen ekonomi rumah tangga. Temuan ini selaras dengan berbagai penelitian terdahulu yang menyatakan bahwa peningkatan literasi digital dan keuangan merupakan kunci penting dalam pemberdayaan UMKM agar mampu bertahan dan tumbuh di tengah perubahan zaman (Mariana et al., 2025).

Salah satu keberhasilan utama dari kegiatan ini adalah meningkatnya kemampuan peserta dalam memanfaatkan media digital untuk memasarkan produk. Di era digital seperti saat ini, kehadiran di platform online bukan hanya pelengkap, tetapi menjadi kebutuhan pokok dalam menjangkau konsumen yang lebih luas (Kaur, 2023). Banyak peserta yang awalnya enggan atau belum memahami penggunaan media sosial, kini mulai aktif menggunakan Instagram dan marketplace sebagai etalase utama usahanya. Hal ini membuktikan bahwa resistensi terhadap teknologi dapat diatasi dengan pendekatan yang tepat, yaitu pelatihan aplikatif dan contoh-contoh langsung (O'Hanlon, 2009).

Dari sisi akuntansi, penerapan pencatatan keuangan sederhana menjadi salah satu capaian penting. UMKM yang sebelumnya tidak memiliki pembukuan kini mulai menyusun catatan transaksi, memahami struktur biaya, dan bisa memperkirakan laba usaha. Pencapaian ini penting karena pencatatan keuangan yang rapi merupakan dasar dari transparansi, akuntabilitas, dan kelayakan usaha untuk mengakses pembiayaan formal (Musdalifah & Hariyanto, 2024). Kemajuan ini juga memperkuat peran akuntansi sebagai alat strategis dalam pengambilan keputusan usaha, bukan sekadar formalitas administratif.

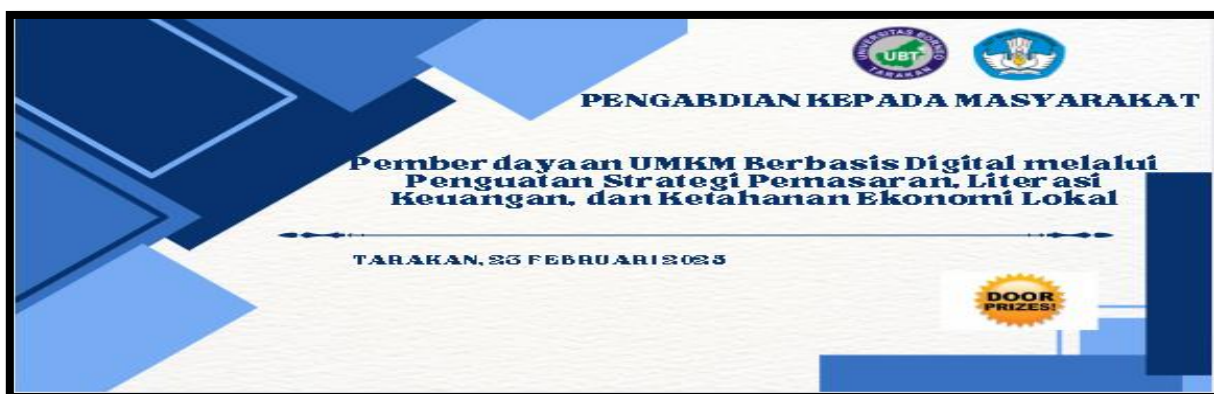
Diskusi kelompok dan pendampingan juga membuka ruang refleksi bagi pelaku UMKM untuk berpikir secara lebih strategis. Mindset peserta mulai bergeser dari pola usaha subsisten (bertahan hidup) menuju pola usaha berorientasi pertumbuhan. Pelaku usaha mulai memahami pentingnya inovasi, perencanaan penjualan, serta membangun merek (branding) yang kuat. Bahkan, beberapa peserta menunjukkan inisiatif sendiri untuk menjalin kolaborasi antar-UMKM, yang menunjukkan tumbuhnya kesadaran kolektif untuk berkembang bersama.

Namun demikian, masih terdapat beberapa tantangan yang patut dicermati ke depan. Pertama, sebagian peserta masih mengalami kesulitan teknis dalam mengoperasikan aplikasi keuangan digital atau mengelola konten media sosial. Kedua, keberlanjutan hasil pelatihan sangat tergantung pada pendampingan lanjutan dan dukungan ekosistem, termasuk dari pemerintah daerah dan komunitas bisnis. Oleh karena itu, penting untuk membangun sistem pembinaan berkelanjutan, termasuk melalui program inkubasi atau pelatihan lanjutan, agar capaian awal yang telah diperoleh tidak hanya bersifat sementara.

Dokumentasi Kegiatan

Sebagai bukti pelaksanaan kegiatan pengabdian kepada masyarakat, berikut ini disediakan ruang untuk menyisipkan dokumentasi visual yang merepresentasikan seluruh tahapan program, mulai dari persiapan, pelaksanaan, hingga evaluasi:

Foto Pamphlet Kegiatan



Gambar 1. Pamplet digital kegiatan

Pelaksanaan Pelatihan 1



Gambar 2. Pelaksanaan Pelatihan Penguatan Strategi Pemasaran

Gambar 2 memperlihatkan suasana pelaksanaan Pelatihan Penguatan Strategi Pemasaran yang dipandu oleh Dr. Erick Karunia, S.E., M.M. Kegiatan ini dihadiri oleh peserta dari berbagai latar belakang institusional dan profesional, yang secara aktif terlibat dalam diskusi dan penyampaian materi. Dr. Erick, selaku narasumber, memberikan pemaparan strategis terkait inovasi dalam pemasaran berbasis analisis pasar dan perilaku konsumen. Pelatihan ini bertujuan untuk meningkatkan kapasitas peserta dalam merancang strategi pemasaran yang adaptif terhadap dinamika pasar, dengan pendekatan aplikatif dan partisipatif yang menekankan pada kolaborasi serta pemecahan masalah secara kolektif.

Pelaksanaan Pelatihan 2



Gambar 3. Pelaksanaan Pelatihan Literasi Keuangan

Gambar 3 memperlihatkan suasana pelatihan literasi keuangan yang disampaikan oleh Muh. Irfandy Azis, S.E., M.Ak., Ph.D., di hadapan peserta yang terdiri dari pelaku UMKM dan mahasiswa pendamping. Dalam sesi ini, pemateri memberikan penjelasan komprehensif mengenai pentingnya pencatatan transaksi keuangan secara sistematis, pengelolaan arus kas, serta penyusunan laporan keuangan sederhana yang dapat mendukung pengambilan keputusan bisnis secara rasional. Pelatihan berlangsung secara interaktif dengan penggunaan media presentasi digital, sehingga peserta dapat memahami materi secara visual dan praktis. Kegiatan ini menjadi bagian penting dalam upaya meningkatkan literasi keuangan pelaku usaha di Kota Tarakan.

Pelaksanaan Pelatihan 3



Gambar 4. Pelaksanaan Pelatihan Ketahanan Ekonomi Lokal

Gambar 4 menampilkan pelaksanaan pelatihan bertema Ketahanan Ekonomi Lokal yang disampaikan Dr.E. Mohamad Nur Utomo, S.E., M.Si di hadapan peserta yang terdiri dari pelaku UMKM dan civitas akademika. Pelatihan ini bertujuan untuk membekali peserta dengan pemahaman strategis terkait penguatan daya tahan usaha mikro terhadap dinamika ekonomi, khususnya dalam konteks lokal Kota Tarakan. Materi mencakup strategi adaptif dalam menghadapi perubahan pasar, optimalisasi sumber daya lokal, serta pengelolaan usaha berbasis keberlanjutan.

Melalui penyampaian interaktif dan berbasis data, pelatihan ini diharapkan dapat meningkatkan kemampuan pelaku UMKM dalam mempertahankan dan mengembangkan usahanya secara mandiri dan berkelanjutan.

Hasil Kegiatan (Dokumentasi hasil nyata dari peserta selama program berlangsung)

Gambar 5. Berikut ini tampilan Akun Marketplace Usaha “USANA” sebagai Hasil Kegiatan Peserta



Gambar 5. Akun marketplace atau media sosial usaha yang dibuat dan Catatan keuangan atau laporan sederhana yang disusun peserta

Gambar ini merupakan hasil nyata dari kegiatan pelatihan pengabdian masyarakat, di mana para peserta berhasil membuat dan mengelola akun marketplace dengan nama “USANA” sebagai sarana digital untuk memasarkan produk UMKM mereka. Platform ini menampilkan berbagai produk hasil olahan dan kerajinan peserta, lengkap dengan visualisasi harga dan identitas produk yang menarik. Inisiatif ini merupakan bentuk implementasi langsung dari materi pelatihan terkait pemasaran digital dan strategi adaptasi bisnis berbasis teknologi informasi. Melalui akun ini, peserta tidak hanya belajar membuat katalog produk, tetapi juga memahami pentingnya identitas merek, penetapan harga, dan daya tarik visual dalam menarik konsumen. Hal ini menunjukkan bahwa pelatihan tidak hanya bersifat teoritis, tetapi menghasilkan output konkret yang berkontribusi pada peningkatan kapasitas wirausaha lokal di Kota Tarakan.

Testimoni peserta terkait manfaat kegiatan

Siti Aminah – Pemilik Usaha Baju Muslim "Aminah Collection"

"Awalnya saya hanya jualan lewat WhatsApp pribadi, tidak paham cara promosi yang menarik. Setelah ikut pelatihan ini, saya belajar membuat konten yang bagus di Instagram dan Shopee. Alhamdulillah, dalam dua minggu, sudah mulai banyak pelanggan dari luar kota. Saya sangat terbantu, terutama karena materinya mudah dipahami dan langsung praktik."

Muhammad Arif – Produsen Sambal Rumahan “Sambal Rasa Tarakan”

"Pelatihan ini membuka mata saya pentingnya mencatat semua pengeluaran dan pemasukan. Sekarang saya sudah bisa bedakan mana uang pribadi dan uang usaha. Dengan aplikasi yang

diajarkan, saya bisa tahu apakah usaha saya untung atau rugi tiap minggu. Terima kasih kepada tim dosen dan mahasiswa yang sudah mendampingi dengan sabar."

Yulianti – Pengrajin Rotan "Ratu Rotan Tarakan"

"Saya senang karena pelatihan ini bukan cuma teori, tapi juga diajari langsung cara foto produk yang bagus, menulis deskripsi, dan menentukan harga jual. Selain itu, saya juga lebih semangat karena bisa bertukar pengalaman dengan UMKM lain. Harapan saya, ke depan bisa ada pendampingan lanjutan supaya usaha kami terus berkembang."

Abdul Kadir – Penjual Kopi Lokal "Kopi Kalulut"

"Saya merasa sangat terbantu, terutama di bagian branding dan strategi pemasaran. Sekarang saya sadar bahwa usaha harus punya ciri khas dan pesan yang jelas ke pembeli. Saya juga diajak membuat rencana usaha jangka pendek. Ini pengalaman baru yang sangat berharga bagi saya."

5. KESIMPULAN

Kegiatan pengabdian masyarakat ini berhasil memberikan kontribusi nyata dalam meningkatkan kapasitas pelaku UMKM di Kota Tarakan, Kalimantan Utara, khususnya dalam aspek manajemen pemasaran digital, pencatatan keuangan sederhana, dan pemahaman terhadap strategi ekonomi rumah tangga. Melalui pendekatan pelatihan terpadu dan pendampingan langsung, para peserta mampu mengadopsi praktik usaha yang lebih modern, terstruktur, dan berorientasi pada keberlanjutan.

Peningkatan kemampuan peserta dalam menggunakan platform digital untuk promosi dan penjualan membuktikan bahwa pelaku UMKM lokal memiliki potensi besar untuk bersaing di pasar yang lebih luas, asalkan didukung oleh edukasi yang relevan dan aplikatif. Demikian pula, penguasaan teknik dasar akuntansi telah membantu peserta dalam mengelola keuangan usahanya secara lebih disiplin dan transparan, yang menjadi fondasi penting bagi pengembangan bisnis yang sehat.

Dari sisi mentalitas, kegiatan ini juga mendorong perubahan pola pikir dari sekadar "berdagang untuk bertahan" menjadi "berwirausaha secara strategis". Pelaku UMKM mulai menunjukkan inisiatif untuk berinovasi, menyusun rencana pengembangan usaha, dan menjalin kolaborasi lintas sektor, yang mengindikasikan tumbuhnya semangat wirausaha yang progresif.

Namun, keberhasilan ini masih memerlukan tindak lanjut berupa pendampingan lanjutan, fasilitasi akses pembiayaan, serta dukungan kebijakan daerah yang konsisten. Keberlanjutan dampak dari kegiatan ini sangat tergantung pada sinergi antara perguruan tinggi, pemerintah, pelaku usaha, dan komunitas lokal.

Dengan demikian, program pengabdian ini tidak hanya menjawab kebutuhan riil UMKM di lapangan, tetapi juga menjadi bukti konkret bahwa kolaborasi akademik dan masyarakat mampu menjadi agen perubahan dalam pembangunan ekonomi lokal yang inklusif dan berdaya saing.

PENGAKUAN/ACKNOWLEDGEMENTS

Kami mengucapkan puji syukur ke hadirat Tuhan Yang Maha Esa atas terselenggaranya kegiatan pengabdian kepada masyarakat ini dengan lancar dan penuh makna. Kegiatan ini tidak akan terlaksana tanpa dukungan, kerja sama, dan kontribusi dari berbagai pihak yang dengan tulus berpartisipasi dalam setiap tahap pelaksanaan.

Ucapan terima kasih kami sampaikan kepada:

- A. Lembaga Penelitian dan Pengabdian kepada Masyarakat (LPPM) Universitas Borneo Tarakan, yang telah memfasilitasi pendanaan, administrasi, serta supervisi akademik dalam proses kegiatan ini.
- B. Pemerintah Kota Tarakan dan Dinas Koperasi & UMKM, atas kemitraan, data lapangan, dan bantuan koordinasi dengan pelaku usaha lokal.
- C. Para pelaku UMKM Kota Tarakan, yang telah bersedia menjadi mitra binaan, berpartisipasi aktif dalam pelatihan, dan terbuka terhadap pendampingan serta inovasi.
- D. Seluruh tim pelaksana dan mahasiswa pendamping, yang telah bekerja keras dalam merancang, menjalankan, dan mengevaluasi setiap tahapan kegiatan.

Semoga kegiatan ini dapat memberikan manfaat yang berkelanjutan bagi pemberdayaan ekonomi lokal dan menjadi inspirasi untuk pelaksanaan kegiatan serupa di masa mendatang. Segala bentuk kekurangan dalam pelaksanaan akan menjadi pembelajaran untuk pengabdian berikutnya.

DAFTAR REFERENSI

- Anatan, L., & Ellitan, L. (2023). Inovasi Adaptif UMKM di Era Normal Baru. Feniks Muda Sejahtera.
- Ariani, A., & Utomo, M. N. (2017). Kajian strategi pengembangan usaha mikro kecil dan menengah (UMKM) di kota tarakan. *Jurnal Organisasi Dan Manajemen*, 13(2), 99–118.
- Ayandibu, A. O., & Houghton, J. (2017). The role of Small and Medium Scale Enterprise in local economic development (LED). *Journal of Business and Retail Management Research*, 11(2).
- Daulay, A., Zaki, M. I., Hidayat, M., & Febriansyah, A. (2024). Peran Umkm dalam Menggerakkan Pembangunan Ekonomi Lokal dan Meningkatkan Kesejahteraan Masyarakat. *Derivatif: Jurnal Manajemen Ekonomi Dan Akuntansi*, 1(01), 23–32.
- Edwy, F. M., & Firdaus, M. I. (2024). Pemberdayaan UMKM Komunitas Preman Super dalam Pemanfaatan Pemasaran Digital. *Jurnal Pengabdian Dan Peningkatan Mutu Masyarakat (Janayu)*, 5(1), 12–20.
- Evanita, S., & Fahmi, Z. (2023). Analysis of Challenges and Opportunities for Micro, Small, and Medium Enterprises (MSMEs) in the Digital Era in a Systematic Literature Review. *JMK (Jurnal Manajemen Dan Kewirausahaan)*, 8(3), 227–239.
- Gobal, R., & Allo, Y. T. (2024). Peran usaha mikro kecil menengah (umkm) dalam pemberdayaan ekonomi masyarakat desa. *Bulletin of Community Engagement*, 4(2), 233–238.
- Humas Polres Tarakan. (2025, February 13). Pasar Murah 2025 di Kampung Bersinar, Upaya Meningkatkan Ekonomi dan UMKM Tarakan. <https://Polrestarakan.Co.Id/2025/02/13/Pasar-Murah-2025-Di-Kampung-Bersinar-Upaya-Meningkatkan-Ekonomi-Dan-Umkm-Tarakan/>.
- Kaur, K. (2023). The influence of digital and social media marketing on consumer behaviour. *Agora International Journal of Economical Sciences*, 17(1), 31–38.
- Kusumandari, R. B., Faturrohman, H., Kusumaningtyas, N., Nisak, S. H., & Solikhah, N. P.

- (2024). Pengembangan Kapasitas Produksi dan Diversifikasi Produk Jamu Untuk Meningkatkan Daya Saing UMKM Di Gununggajah Kabupaten Klaten. *Welfare: Jurnal Pengabdian Masyarakat*, 2(2), 346–352.
- Kusumawardhany, P. A. (2018). Pengaruh kapasitas absorptif dan situs jejaring sosial terhadap kinerja inovasi usaha mikro kecil dan menengah (UMKM) di Indonesia. *Jurnal Manajemen Teori Dan Terapan*, 11(1), 71–88.
- Maria, V., Situmeang, T., & Ardana, R. F. (2024). Strategi Pengembangan Usaha Mikro Kecil Menengah (UMKM) Berbasis Ekonomi Kreatif di Kecamatan Serang, Kabupaten Serang. *Sammajiva: Jurnal Penelitian Bisnis Dan Manajemen*, 2(2), 12–36.
- Mariana, M., Kusumo, Y. W., Muhammad, M., Sartina, K., A'zizah, A., & Yusriadi, Y. (2025). Integrating Financial Literacy And Digital Marketing For Craft Msmes In Aceh: Strategic Initiatives For Business Sustainability. *TAAWUN*, 5(01), 123–137.
- Musdalifah, S., & Hariyanto, W. (2024). AIS Revolutionizes MSMEs, Enhancing Global Financial Transparency. *Indonesian Journal of Law and Economics Review*, 19(2), 10–21070.
- O'Hanlon, C. (2009). Resistance Is Futile. *The Journal*, 36(3), 32–36.
- Pemerintah Kota Tarakan. (2023). UMKM di Tarakan Pegangan Peranan Pertumbuhan Ekonomi Terpesat. [Http://Portal.Tarakankota.Go.Id/Post/Umkm-Di-Tarakan-Pegangan-Peranan-Pertumbuhan-Ekonomi-Terpesat](http://Portal.Tarakankota.Go.Id/Post/Umkm-Di-Tarakan-Pegangan-Peranan-Pertumbuhan-Ekonomi-Terpesat).
- Perdana, M. A. C. (2024). Membangun Ekonomi Lokal Berbasis UMKM. PT. Sonpedia Publishing Indonesia.
- Purwanto, P., Safitri, D. Y., & Pudail, M. (2023). Edukasi pencatatan laporan keuangan sederhana bagi pelaku Usaha Mikro, Kecil dan Menengah (UMKM). *As-Sidanah: Jurnal Pengabdian Masyarakat*, 5(1), 1–14.
- Sulistiyan, E., Istikhoroh, S., Lasiyono, U., Alam, W. Y., Miradji, M. A., & Prasetyo, A. (2024). Optimalisasi Manajemen Strategi Untuk Menjadikan UMKM Yang Unggul Dalam Persaingan Bisnis. *Ekobis Abdimas: Jurnal Pengabdian Masyarakat*, 5(1), 116–126.
- Umami, I., Pee, A. N. B. C., Sulaiman, H. A. Bin, & Mar'ati, F. S. (2023). A literature review of MSME success: Acceptance and use of technology, financial access, and strategic cooperation. *Multidisciplinary Reviews*, 6.
- Utomo, M. N., Kaujan, K., & Cahyaningrum, W. (2022). Improving Competitiveness of Small and Medium Enterprises Based on Local Leading Products in Tarakan City, Indonesia. *Acta Logistica*, 9(1), 63–74.
- Yusuf Ausiandra. (2022, October 31). Korporatisasi UMKM di Tarakan. [Https://Kumparan.Com/Yusuf-Ausiandra/Korporatisasi-Umkm-Di-Tarakan-1z9RhhMfjIJ](https://Kumparan.Com/Yusuf-Ausiandra/Korporatisasi-Umkm-Di-Tarakan-1z9RhhMfjIJ).