

**PENERAPAN MANAJEMEN KEUANGAN DAN DIGITAL
MARKETING PADA UMKM DI DESA GIRI MULYA
BENGKULU UTARA**

Ardita Oktaviana Rizki¹, Hafiz Gunawan², Amrullah³, Solehan⁴
Universitas Muhammadiyah Bengkulu, Bengkulu, Indonesia

Email: arditaoktavianarizki@gmail.com¹, hafiz@umb.ac.id²,
amrullahboerman@gmail.com³, solehbk1390@gmail.com⁴

Abstract

This socialization aims to implement financial management and digital marketing for MSMEs in Giri Mulya village, North Bengkulu. This socialization method is carried out by planning and preparation, action or implementation, and socialization. The results of the socialization showed that after receiving training, MSMEs were able to implement financial records in a more structured manner and utilize digital platforms to increase product promotions and sales. In conclusion, the implementation of better financial management and digital marketing can increase the operational effectiveness and competitiveness of MSMEs in Giri Mulya Village. Keywords: Financial management, digital marketing,

Abstrak

Sosialisasi ini bertujuan untuk penerapan manajemen keuangan dan digital marketing pada umkm di desa Giri Mulya Bengkulu utara. Metode sosialisasi ini dilakukan dengan perencanaan dan persiapan, tindakan atau pelaksanaan, dan sosialisai. Hasil sosialisasi menunjukkan bahwa setelah mendapatkan sosialisasi, UMKM mampu menerapkan pencatatan keuangan dengan lebih terstruktur dan memanfaatkan platform digital untuk meningkatkan promosi dan penjualan produk. Kesimpulannya, penerapan manajemen keuangan yang lebih baik dan digital marketing mampu meningkatkan efektivitas operasional dan daya saing UMKM di Desa Giri Mulya.

Kata Kunci: Manajemen keuangan, digital marketing,

A. PENDAHULUAN

Pelaku bisnis yang termasuk dalam kategori Usaha Mikro Kecil Menengah (UMKM) memiliki peran yang sangat penting dalam mendorong dan menopang pertumbuhan ekonomi di Indonesia. Dalam konteks ini, UMKM telah memberikan kontribusi signifikan dalam menyediakan sumber daya untuk wirausaha dan menciptakan lapangan kerja bagi masyarakat (Utarindasari et al., 2023). Namun, di tengah persaingan global yang semakin ketat, banyak UMKM yang masih menghadapi berbagai tantangan dalam menjalankan usahanya, khususnya dalam hal pengelolaan keuangan dan pemasaran produk.

Desa Giri Mulya, Bengkulu Utara, sebagian besar UMKM masih mengalami kesulitan dalam mengelola keuangan usaha secara tertib dan terstruktur. Hal ini disebabkan oleh kurangnya pengetahuan dan keterampilan dalam melakukan pencatatan keuangan yang baik, yang pada akhirnya menghambat pengembangan usaha. Selain itu, banyak pelaku UMKM di desa ini belum memanfaatkan teknologi digital secara optimal dalam memasarkan produk mereka. Kurangnya pengetahuan tentang teknologi digital menghambat UMKM untuk mengadopsi solusi digital yang dapat meningkatkan efisiensi operasional, memperluas jangkauan pasar, dan meningkatkan daya saing (Priyono & Dian Permata Sari, 2023).

Perspektif pelaku UMKM yaitu *yang pertama* pemahaman awal yang terbatas, sebelum sosialisasi dilaksanakan, banyak pelaku UMKM di Desa Giri Mulya yang merasa tidak memiliki ide jelas tentang bagaimana cara meningkatkan usaha mereka. Mereka terbiasa menjalankan usaha dengan cara konvensional, tanpa pencatatan keuangan yang baik dan tanpa pemanfaatan teknologi digital untuk pemasaran. Mayoritas merasa bingung mengenai bagaimana mengelola keuangan dan mempromosikan produk secara efektif. *Kedua* transformasi pemahaman setelah sosialisasi, setelah mengikuti sosialisasi, banyak pelaku UMKM mulai memahami pentingnya manajemen keuangan dan pemasaran digital. Mereka merasa lebih mampu untuk mengatur keuangan usaha dengan mencatat pengeluaran dan pendapatan secara sederhana. Hal ini memberikan mereka wawasan baru yang membantu dalam merencanakan keberlangsungan usaha secara lebih teratur dan sistematis. *Ketiga* kemampuan dalam digital marketing, sebelumnya, sebagian besar pelaku UMKM belum memahami bagaimana memanfaatkan media sosial sebagai alat promosi. Setelah sosialisasi digital marketing, mereka menjadi lebih paham mengenai cara membuat konten yang menarik dan memposting produk di media sosial seperti Whatshap. Mereka yang tadinya merasa asing dengan teknologi kini merasa lebih percaya diri dalam memasarkan produk mereka melalui media digital. Hal ini terlihat dari peningkatan interaksi dengan pelanggan yang dilaporkan oleh banyak peserta. *Keempat* peningkatan keterampilan inovasi produk, sosialisasi memasak juga memberikan dampak yang sangat nyata. Pelaku UMKM yang sebelumnya hanya memiliki keterampilan dasar dalam memasak kini mampu membuat produk makanan yang lebih bervariasi dan menarik. Selain itu, mereka juga diajarkan cara menyajikan makanan secara visual yang lebih menarik. Hasilnya, produk mereka menjadi lebih kompetitif di pasar, dan beberapa pelaku UMKM melaporkan adanya peningkatan

penjualan setelah menerapkan resep dan teknik penyajian yang diajarkan. *Kelima* rasa percaya diri yang meningkat, melakukan pendampingan langsung yang dilakukan setelah sosialisasi memberikan pelaku UMKM rasa percaya diri yang lebih besar dalam menjalankan usaha mereka. Mereka merasa mendapatkan dukungan yang diperlukan untuk menerapkan ilmu yang telah dipelajari. Bimbingan praktis yang diberikan selama pendampingan membantu mereka untuk lebih percaya diri dalam menghadapi tantangan dalam pengelolaan usaha, baik dari segi produksi maupun pemasaran. Dampak Positif terhadap Usaha dan Ekonomi Keluarga ini pada akhirnya, pelaku UMKM yang mengikuti sosialisasi dan sosialisasi ini merasakan dampak yang sangat positif terhadap usaha mereka. Dengan pencatatan keuangan yang lebih baik dan pemasaran produk yang lebih efektif melalui media sosial, mereka mengalami peningkatan pendapatan. Dampaknya tidak hanya dirasakan dalam usaha, tetapi juga memberikan kontribusi pada ekonomi keluarga, sehingga meningkatkan kesejahteraan mereka. Sosialisasi ini dilakukan untuk memberikan kontribusi besar dalam mengubah pemahaman dan keterampilan para pelaku UMKM di Desa Giri Mulya. Mereka yang sebelumnya merasa tidak memiliki ide atau keterampilan dalam mengelola dan memasarkan produk kini menjadi lebih terarah dan percaya diri. Transformasi ini memberikan dampak langsung pada peningkatan kualitas produk dan penjualan mereka, serta membantu mereka berkontribusi pada perekonomian keluarga dan komunitas.

Pemerintah memberikan perhatian yang besar terhadap perkembangan UMKM di Negara Indonesia agar dapat bertahan dalam kondisi krisis ekonomi global. Menurut Undang-Undang Republik Indonesia No. 20 (2008) tentang UMKM pasal 25, di dalam usaha pemerintah wajib memberikan fasilitas yang dilakukan oleh UMKM (Aliyah, 2022). Dengan berbagi inisiatif selalu diusahakan oleh pemerintah Usaha Kecil dan Menengah agar semakin banyak individu mau menekuni dunia wirausaha dalam bentuk pendirian wirausaha. Dengan melihat kendala tersebut, saya sebagai mahasiswa Kuliah Kerja Nyata (KKN) merasa terpanggil untuk melakukan pengabdian dalam bidang keilmuan dan bimbingan belajar melalui kegiatan sosialisasi “Penerapan Manajemen Keuangan dan Digital Marketing pada UMKM di Desa Giri Mulya.”

Tujuan dari kegiatan ini yang *Pertama* meningkatkan kesadaran tentang manajemen keuangan, yaitu memberikan pemahaman kepada pelaku UMKM tentang pentingnya pencatatan keuangan yang teratur dan manajemen keuangan yang baik untuk

keberlangsungan usaha. Yang *kedua* meningkatkan keterampilan digital marketing, yaitu Mengajarkan pelaku UMKM cara memanfaatkan media sosial sebagai sarana promosi yang efektif guna memperluas jangkauan pasar dan meningkatkan daya saing produk. Yang *ketiga* Mendorong Inovasi dalam Produksi dan Pemasaran Produk: Membantu pelaku UMKM menciptakan produk yang lebih menarik melalui teknik memasak dan penyajian baru, serta pemasaran yang lebih efisien melalui platform digital.

Manfaat Kegiatan ini Yang *pertama*, Peningkatan Keterampilan Usaha Melalui sosialisasi manajemen keuangan dan digital marketing, pelaku UMKM mendapatkan keterampilan praktis yang dapat langsung diterapkan untuk meningkatkan kualitas produk dan cara pemasaran. Yang *kedua*, Peningkatan Kepercayaan Diri dan Pengelolaan Usaha Kegiatan ini membantu pelaku UMKM memahami pentingnya pencatatan keuangan yang baik serta strategi pemasaran digital. Mereka lebih percaya diri dalam mengelola usaha secara mandiri. Yang *ketiga* Peningkatan Pendapatan dan Daya Saing, dengan mengaplikasikan teknik yang dipelajari, seperti membuat konten menarik dan menyajikan produk yang lebih menarik secara visual, pelaku UMKM mampu meningkatkan penjualan, yang berkontribusi pada kesejahteraan keluarga dan ekonomi lokal.

B. METODE

Berdasarkan dengan masalah yang ada, yang dilakukan adalah memberikan sosialisasi kepada masyarakat dalam bentuk “Penerapan Manajemen Keuangan dan Digital Marketing pada UMKM di Desa Giri Mulya” sosialisasi dilakukan dalam upaya memberikan pemahaman bagi para pelaku UMKM untuk lebih mengedapankan inovasi dan orientasi global mengingat kedua faktor tersebut sangat menentukan keberhasilan dalam bersaing di pasar global (Maulida Sari & Setiyana, 2020). Dengan harapan agar kegiatan sosialisasi UMKM ini dapat memberikan informasi dan menambah pengetahuan serta wawasan kepada masyarakat sehingga menciptakan UMKM sesuai kebutuhannya masing-masing. Pelaksanaan dari kegiatan sosialisasi UMKM ini terdiri dari tiga langkah utama yaitu:

1. Observasi

Tahap pertama dalam kegiatan ini adalah observasi tujuan dari observasi ini adalah untuk mengetahui permasalahan yang di hadapi oleh pelaku usaha UMKM yang ada di Desa Giri Mulya. Pada tahap ini juga kami melakukan perizinan dan wawancara ke kepala desa dan pelaku usaha UMKM.

2. **Perencanaan dan Persiapan;** Pada tahap ini membahas rencana kegiatan sosialisasi yang akan di jalankan, menentukan tempat dan waktu sosialisai, serta memberikan informasi kepada masyarakat untuk mengadakan sosialisasi mengenai Penerapan Manajemen Keuangan dan Digital Marketing pada UMKM di Desa Giri Mulya”. Tahap prencanakan kegiatan sosialisasi dilakukan berdasarkan temuan identifikasi kebutuhan. kemudian barulah menentukan materi,strategi penyampaian,dan metode yang sesuai untuk memberikan pemahaman yang efektif (Mulyana et al., 2021).
3. **Tindakan atau pelaksanaan;** Tahap pelaksanaan ini dilakukan dengan kegiatan sosialisasi dengan tema Penerapan Manajemen keuangan dan digital marketing pada UMKM di Desa Giri Mulya. Pada tahap ini juga akan terdapat hasil identifikasi dan analisis yang dapat di diskusikan melakukan pencatatan keuangan dan penerapan digital marketing.Metode yang digunakan dalam sosialisasi ini adalah metode pemaparan materi dan diskusi.
4. **Evaluasi;** Setelah semua tahapan terlaksana penulis akan mengakumulasikan hasil dari kegiatan sosialisasi Penerapan Manajemen keuangan dan digital marketing pada UMKM di Desa Giri Mulya.

a. Metode Kegiatan

Metode kegiatan ini dilakukan untuk mencapai tujuan tertentu dengan cara mengimplementasikan rencana yang sudah disusun dalam bentuk kegiatan nyata dan praktis. Waktu pelaksanaan kegiatan ini pada 27-28 Agustus 2024, tempat pelaksanaan di salah satu rumah pelaku kegiatan usaha UMKM di Desa Giri Mulya.

Metode yang digunakan adalah sebagai berikut.

No	Metode dan Waktu Pelaksanaan	Tempat Pelaksanaan
1.	Observasi dan perencanaan Selasa 27 Agustus 2024 13.00-17.00	Rumah pemilik usaha UMKM
2.	Tindakan/pelaksanaan dan evaluasi Rabu 28 Agustus 2024 09.00-13.00	Rumah pemilik usaha UMKM

b. Metode Pelaksanaan :

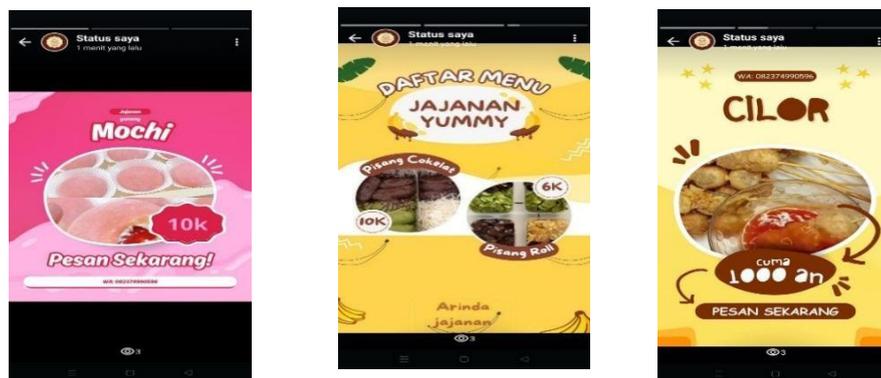
1. Sosialisasi Digital Marketing

Kegiatan kedua adalah sosialisasi digital marketing. Dalam sosialisasi ini, peserta diajarkan bagaimana memanfaatkan media sosial seperti whatsapp untuk

mempromosikan produk mereka. Saya menjelaskan pentingnya konten yang menarik dan teknik fotografi sederhana untuk meningkatkan daya tarik produk. Dengan pemahaman yang lebih baik tentang digital marketing, diharapkan para pelaku UMKM dapat memanfaatkan media sosial tidak hanya sebagai alat promosi, tetapi juga sebagai platform untuk membangun hubungan yang lebih dekat dengan pelanggan mereka. Sosialisasi ini diharapkan dapat memberikan mereka keterampilan yang dibutuhkan untuk menjangkau lebih banyak konsumen dan meningkatkan penjualan produk mereka.

Dampak: Banyak peserta yang sebelumnya tidak menggunakan media sosial untuk pemasaran mulai aktif membuat akun dan memposting produk mereka. Beberapa UMKM melaporkan peningkatan interaksi dengan pelanggan dan pertumbuhan penjualan yang signifikan setelah menerapkan teknik yang dipelajari.

Gambar 1.



*Keterangan Foto: Para peserta sosialisasi digital marketing belajar cara membuat **labeling produk berikut logonya** yang menarik untuk mempromosikan produk mereka*

2. Pendampingan Langsung

Setelah sosialisasi, saya melakukan pendampingan langsung ke lokasi usaha para pelaku UMKM. Pendampingan ini bertujuan untuk memberikan bimbingan praktis dan menjawab pertanyaan yang muncul setelah sosialisasi. Dalam sesi ini, saya membantu mereka menerapkan teknik penerapan pencatatan manajemen keuangan yang baru dipelajari serta memberikan masukan terkait pemasaran produk di media sosial. Secara keseluruhan, pendampingan ini menjadi langkah penting dalam memastikan bahwa sosialisasi yang telah dilakukan tidak hanya menjadi teori belaka, tetapi dapat berkontribusi nyata terhadap

perkembangan usaha mereka. Dengan bantuan langsung di lapangan, saya berharap para pelaku UMKM dapat lebih siap menghadapi tantangan di dunia usaha dan terus berkembang dalam upaya meningkatkan kesejahteraan keluarga dan komunitas mereka.

Dampak: Pendampingan ini sangat membantu, karena banyak pelaku UMKM yang merasa lebih percaya diri dan terbantu dalam menerapkan ilmu yang telah mereka pelajari. Mereka menjadi lebih proaktif dalam mengelola usaha mereka.

Gambar 2.



Gambar 3.



Keterangan foto: Kegiatan sosialisasi UMKM pencatatan Manajemen keuangan.

C. Hasil dan Pembahasan

Setelah melakukan sosialisasi mengenai "Penerapan Manajemen Keuangan dan Digital Marketing pada UMKM di Desa Giri Mulya," terdapat beberapa hasil temuan yang signifikan. Beberapa dari pelaku UMKM telah membuat pencatatan keuangan. Dari kegiatan sosialisasi yang dilaksanakan, beberapa hasil penting dapat disimpulkan :

1. Kesadaran tentang Manajemen Keuangan:

Pelaku UMKM di Desa Giri Mulya pada awalnya tidak memiliki pencatatan keuangan yang teratur, namun setelah sosialisasi, mereka mulai memahami pentingnya manajemen sederhana untuk memantau arus kas dan mengelola pengeluaran serta pendapatan usaha mereka. Peningkatan kesadaran ini memberikan fondasi yang lebih kuat bagi keberlangsungan dan pengembangan usaha mereka ke depannya.

2. Peningkatan Kualitas Produk dan Teknik Pemasaran:

Sosialisasi kreativitas inovasi produk berhasil memberikan pelaku UMKM kemampuan untuk mengembangkan produk makanan yang lebih menarik dan berkualitas. Teknik penyajian yang diperkenalkan, seperti cara menghias dan menata makanan, memberikan dampak visual yang kuat, sehingga menarik lebih banyak pelanggan. Hasilnya, beberapa UMKM melaporkan peningkatan penjualan karena produk mereka kini lebih bervariasi dan menarik. Dalam sosialisasi digital marketing, pelaku UMKM diajarkan cara menggunakan media sosial untuk promosi. Mereka kini lebih percaya diri dalam memposting produk mereka di sosial media. Beberapa UMKM bahkan melaporkan peningkatan interaksi dengan pelanggan dan pertumbuhan penjualan karena produk mereka lebih dikenal di platform digital.

3. Pendampingan Langsung dan Implementasi Teknik:

Kegiatan pendampingan langsung memberikan dukungan praktis kepada pelaku UMKM. Mereka dibantu dalam menerapkan teknik memasak hingga inovasi produk dan pemasaran yang dipelajari selama sosialisasi. Pelaku UMKM yang mengalami kesulitan dalam mengaplikasikan teori selama sosialisasi mendapatkan bimbingan yang lebih intensif melalui sesi ini, sehingga mereka bisa lebih efektif dalam menjalankan usaha mereka. Pendampingan ini juga memastikan bahwa sosialisasi yang dilakukan tidak hanya menjadi teori belaka, tetapi memberikan kontribusi nyata bagi usaha mereka.

Berikut kegiatan dan evaluasi yang disusun dalam bentuk tabel :

No.	Jenis Kegiatan	Deskripsi Kegiatan	Dampak Kegiatan	Evaluasi Kegiatan
1.	Sosialisasi Digital Marketing	Peserta diajarkan cara menggunakan media sosial seperti whatsapp untuk mempromosikan produk, termasuk teknik fotografi dan konten promosi menarik.	Beberapa pelaku UMKM mulai aktif di media sosial, membuat akun dan memposting produk mereka. Peningkatan interaksi dengan pelanggan serta peningkatan penjualan	Sosialisasi ini berhasil meningkatkan kesadaran pelaku UMKM akan pentingnya digital marketing. Namun sebagian pelaku UMKM masih membutuhkan waktu untuk benar benar aktif memanfaatkan

			melalui promosi di media sosial.	media sosial secara konsisten untuk pemasaran.
2.	Pendampingan langsung	Pendampingan praktis kepada pelaku UMKM untuk membantu mereka mengimplementasikan teknik memasak yang baru dipelajari dan strategi pemasaran di media sosial.	Pelaku UMKM menjadi lebih percaya diri dan proaktif dalam mengelola usaha. Mereka merasa terbantu dengan bimbingan langsung, dan sebagian besar berhasil menerapkan teknik yang telah dipelajari.	Pendampingan langsung sangat efektif dalam memastikan penerapan materi sosialisasi. Namun pelaku UMKM masih membutuhkan pendampingan lanjutan untuk pemantauan lebih lanjut. Dan bantuan praktis dalam mengembangkan strategi pemasaran.

Evaluasi Kegiatan:

- **Sosialisasi Digital Marketing:** Sebagian peserta masih mengalami kesulitan dalam hal teknis penggunaan media sosial. Disarankan adanya sosialisasi lanjutan atau pendampingan khusus mengenai fotografi produk dan strategi konten.
- **Pendampingan Langsung:** Kegiatan ini sangat membantu dalam memastikan pelaku UMKM memahami materi sosialisasi. Namun, perlu diadakan monitoring berkala untuk memastikan penerapan berkelanjutan dari teknik yang telah diajarkan.

Kontribusi dan Dampak di Masyarakat

Melalui program sosialisasi ini, kami memberikan kontribusi yang nyata kepada masyarakat dengan mengedukasi mereka tentang pentingnya manajemen keuangan dan pemasaran digital. Hal ini tidak hanya membantu mereka dalam mengelola usaha, tetapi juga meningkatkan pendapatan keluarga. Dampak yang dirasakan oleh masyarakat sangat positif. Selain peningkatan pendapatan, pelaku UMKM juga merasa lebih berdaya dan percaya diri dalam menjalankan usaha mereka. Mereka mulai melihat peluang untuk berkembang dan memperluas jangkauan pasar. Secara keseluruhan, kegiatan ini tidak hanya memberikan pengetahuan baru, tetapi juga membangun semangat kewirausahaan di kalangan masyarakat Desa Giri Mulya. Dengan adanya pengetahuan dan keterampilan yang

diperoleh, diharapkan para pelaku UMKM dapat berkontribusi lebih besar terhadap perekonomian lokal.

D. Kesimpulan dan saran

Berdasarkan hasil kegiatan sosialisasi yang dilakukan di Desa Giri Mulya, dapat disimpulkan bahwa penerapan manajemen keuangan dan pemasaran digital pada UMKM memberikan dampak yang signifikan terhadap peningkatan kinerja usaha masyarakat. Melalui penerapan yang meliputi manajemen keuangan sederhana dan penggunaan media sosial untuk pemasaran, para pelaku UMKM di desa ini mulai memahami pentingnya pencatatan keuangan yang baik dan strategi pemasaran digital dalam meningkatkan daya saing produk mereka.

Pelaku UMKM yang sebelumnya hanya bergantung pada metode tradisional kini mampu mengembangkan produk yang lebih bervariasi dan menarik bagi pasar. Hal ini mendorong peningkatan penjualan dan pada akhirnya berkontribusi pada peningkatan pendapatan keluarga mereka. Peningkatan kepercayaan diri dan motivasi para pelaku UMKM juga terlihat jelas setelah mengikuti sosialisasi. Mereka merasa lebih siap untuk menghadapi tantangan usaha, serta mampu melihat peluang untuk memperluas jaringan pasar melalui strategi digital marketing. Dampak positif ini menunjukkan bahwa edukasi tentang manajemen keuangan dan pemasaran digital sangat dibutuhkan oleh UMKM, terutama di daerah pedesaan yang sebelumnya belum tersentuh teknologi secara optimal.

Saran:

1. **Pendampingan Berkelanjutan:** Agar dampak dari sosialisasi ini lebih optimal, perlu adanya pendampingan berkelanjutan kepada para pelaku UMKM. Hal ini bertujuan untuk memastikan bahwa penerapan manajemen keuangan dan pemasaran digital yang telah diajarkan benar-benar diimplementasikan dengan baik dalam jangka panjang. Pendampingan dapat dilakukan melalui kunjungan berkala ke UMKM, bimbingan melalui media online, atau pembentukan komunitas UMKM sebagai wadah berbagi pengalaman dan pengetahuan.
2. **Pengembangan Produk Lokal:** Sebagai tindak lanjut dari sosialisasi memasak, perlu dilakukan upaya untuk terus mengembangkan produk-produk lokal yang memiliki keunikan khas dari desa tersebut. Pengembangan produk ini tidak hanya berfokus pada

peningkatan kualitas, tetapi juga pada pengemasan dan branding yang menarik agar lebih kompetitif di pasar regional maupun nasional.

3. **Kolaborasi dengan Pemerintah dan Swasta:** Pemerintah setempat diharapkan dapat mendukung program-program seperti ini dengan menyediakan akses terhadap sosialisasi dan modal usaha yang lebih luas. Kolaborasi dengan sektor swasta, seperti perusahaan teknologi, juga dapat membantu dalam memberikan edukasi lanjutan terkait pemasaran digital, sehingga UMKM dapat mengoptimalkan penggunaan platform digital untuk menjangkau pasar yang lebih luas.
4. **Optimalisasi Teknologi Digital:** Pelaku UMKM disarankan untuk lebih memanfaatkan teknologi digital yang ada, seperti e-commerce dan media sosial, untuk meningkatkan jangkauan pasar mereka. Sosialisasi lanjutan tentang penggunaan aplikasi keuangan dan platform digital marketing perlu dilakukan agar mereka lebih siap menghadapi era digital dan mampu bersaing dengan pelaku usaha lainnya yang lebih modern.
5. **Peningkatan Literasi Keuangan:** Selain sosialisasi yang dilakukan, penting untuk terus meningkatkan literasi keuangan bagi masyarakat UMKM. Pengelolaan keuangan yang baik akan membantu mereka dalam membuat keputusan bisnis yang lebih tepat, mengatur cash flow, dan memaksimalkan keuntungan. Literasi keuangan yang kuat juga akan membantu mereka dalam mengakses bantuan permodalan dari lembaga keuangan, karena mereka memiliki catatan keuangan yang jelas dan terstruktur.

UCAPAN TERIMA KASIH

Saya mengucapkan terima kasih yang sebesar-besarnya kepada semua pihak yang telah mendukung dan berkontribusi dalam pelaksanaan kegiatan sosialisasi Penerapan Manajemen Keuangan dan Digital Marketing pada UMKM di Desa Giri Mulya.

Pertama-tama, saya berterima kasih kepada Universitas Muhammadiyah Bengkulu, khususnya kepada:

- Rektor Universitas Muhammadiyah Bengkulu, Dr. Susiyanto, M.Si.,
- Ketua LPMPP, Neli Definiati, M.P.,
- Ketua LPPM, Dr. Risnanosanti, M.Pd.
- Ketua panitia KKN, Ivan Achmad Nurcholis, M.Pd.
- DPL : Hafiz Gunawan M.Pd.
- Kepala desa Giri Mulya: Eko Deritanto S.sos

DAFTAR PUSTAKA

- Azhari, S. C., & Rosali, E. S. (2022). *PKH Shop sebagai Pemberdayaan Masyarakat untuk Meningkatkan Perekonomian Keluarga Prasejahtera Penerima Bantuan Sosial PKH Melalui Team Based Project Pejuang Muda Kementerian Sosial di Kecamatan Banjarsari Kabupaten Ciamis*. *Jurnal Pengabdian Masyarakat (Abdira) Vol, 2(2)*.
- (Kutanegara, 2023)Aliyah, A. H. (2022). Peran Usaha Mikro Kecil dan Menengah (UMKM) untuk Meningkatkan Kesejahteraan Masyarakat. *WELFARE Jurnal Ilmu Ekonomi*, 3(1), 64–72. <https://doi.org/10.37058/wlfr.v3i1.4719>
- Kutanegara, D. I. D. (2023). *Sosialisasi pengembangan umkm di desa kutanegara*. 20, 102–110.
- Maulida Sari, C. D., & Setiyana, R. (2020). Sosialisasi Digital Marketing pada Usaha Mikro Kecil Menengah (UMKM). *Jurnal Pengabdian Masyarakat: Darma Bakti Teuku Umar*, 2(1), 63. <https://doi.org/10.35308/baktiku.v2i1.2050>
- Mulyana, A. E., Hidayat, R., Andayani, N. R., Zuliarni, S., Pratama, A. W., Septiana, M., Hidayat, H., Yulinda, Y., Amaliah, D., Ikhlah, M., Riadi, S., Sari, D. R., & Soebagiyo, S. (2021). Pengembangan UMKM Melalui Sosialisasi dan Penyuluhan Secara Digital untuk Menunjang Keberlangsungan Usaha di Masa Pandemi Covid-19. *Jurnal Pengabdian Kepada Masyarakat Politeknik Negeri Batam*, 3(1), 62–76. <https://doi.org/10.30871/abdimaspolibatam.v3i1.2685>
- Pantatu, S. F., & Drajana, I. C. R. (2022). Sistem Pendukung Keputusan Penerima Bantuan UMKM Menggunakan Metode MAUT. *Jurnal Nasional Komputasi Dan Teknologi Informasi (JNKTI)*, 5(2), 317–325. <https://doi.org/10.32672/jnkti.v5i2.4207>
- Priyono, M. B., & Dian Permata Sari. (2023). Dampak Aplikasi Tiktok Dan Tiktok Shop Terhadap UMKM Di Indonesia. *Jurnal Ilmiah Wahana Pendidikan*, 9(September), 497–506. https://repository.uin-suska.ac.id/15231/7/7. BAB II_201884KOM.pdf
- Sari, A. P. S., Ritonga, M. R. S., Aulia, R., Syahfitri, W., & Firmansyah, H. (2022). Pemberdayaan dan Pengembangan UKM sebagai Pendorong Ekonomi Desa (Studi Kasus pada Desa Kramat Gajah, Kecamatan Galang, Sumatera Utara). *Dinamisia : Jurnal Pengabdian Kepada Masyarakat*, 6(5), 1262–1269. <https://doi.org/10.31849/dinamisia.v6i5.11198>
- Utarindasari, D., Saing, D., & Digital, S. (2023). Jurnal Pengabdian Masyarakat Bhakti Yustisia TRANSFORMASI DIGITAL UNTUK PENINGKATAN DAYA SAING UMKM CILEUNGSI: PENGABDIAN DALAM IMPLEMENTASI SOLUSI INOVATIF. *Bhakti ...*, 1(1). <https://journal.pascasarjana-unpas.web.id/index.php/bhayu/article/view/47%0Ahttps://journal.pascasarjana-unpas.web.id/index.php/bhayu/article/download/47/35>