TOMOU TOU
Jurnal Pengabdian Masyarakat
Vol. 4, No. 3, September 2026, pp. 127 - 134

Penguatan Literasi Usaha Mikro melalui Pelatihan Literasi Keuangan, Pemasaran Digital, dan Pendampingan Manajemen pada UMKM Kelurahan Ranotana Weru Kota Manado

Strengthening Micro-Business Literacy through Financial Literacy Training, Digital Marketing, and Management Mentoring for MSMEs in Ranotana Weru, Manado City

Lucky O. H. Dotulong[1)], Sjendry S. R. Loindong[1)], Raymond Ch. Kawet[1)]*
[1)]Program Studi Manajemen, Fakultas Ekonomi dan Bisnis, Universitas Sam Ratulangi; Jl. Kampus Unsrat Bahu, Kota Manado, Sulawesi Utara 95115
**Email Korespondensi: luckydotulong@unsrat.ac.id*

Article History:
Received: 09 August. 2026
Revised: 06 Sept. 2026
Accepted: 23 Sept. 2026

Keywords: *business management; community service; digital marketing; financial literacy; MSME*

Abstract
The MSME group of Kelurahan Ranotana Weru, Wanea District, Manado City, faced three main problems: low financial literacy, limited digital marketing capability, and weak business management. This Community Partnership Program (PKM) aimed to strengthen the capacity of 30 micro-entrepreneurs through financial literacy and simple bookkeeping training, a digital marketing workshop, and business management mentoring from February to August 2026. The program applied Participatory Rural Appraisal (PRA) and adult learning (andragogy) approaches in six stages: socialization and needs assessment, module preparation, training, workshops, intensive mentoring, and monitoring and evaluation. Among 25 actively participating members (83.3% of the target), the mean financial literacy score increased from 34 to 75 on a 100-point scale, and 88% of participants were able to keep simple books independently. In digital marketing, 80% of participants had an active business social media account and 56% operated an active marketplace store. In business management, 84% obtained a registered Business Identification Number (NIB). All outcome indicators met or exceeded their targets. These results indicate that hands-on training combined with individual mentoring effectively strengthens micro-business literacy in urban communities.

PENDAHULUAN

Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah (UMKM) merupakan tulang punggung perekonomian Indonesia, menyumbang lebih dari 60% terhadap Produk Domestik Bruto dan menyerap sebagian besar tenaga kerja nasional (Badan Pusat Statistik, 2024; Kementerian Koperasi dan UKM RI, 2023). Di tingkat lokal, Kota Manado turut mencatatkan pertumbuhan jumlah unit usaha mikro yang signifikan setiap tahunnya (Dinas Koperasi dan UMKM Kota Manado, 2025). Salah satu kawasan dengan konsentrasi usaha mikro yang cukup tinggi adalah Kelurahan Ranotana Weru, Kecamatan Wanea, dengan sekitar 150 unit usaha mikro yang bergerak di sektor kuliner, kerajinan tangan, perdagangan, dan jasa.

Kelompok UMKM Kelurahan Ranotana Weru beranggotakan sekitar 30 pelaku usaha mikro, mayoritas perempuan kepala rumah tangga atau ibu rumah tangga berusia 25–55 tahun, dengan

usaha yang telah berjalan 1–10 tahun dan omzet bulanan berkisar Rp1.000.000,- hingga Rp5.000.000,-. Meskipun telah berjalan cukup lama, hasil observasi dan wawancara awal tim pengabdi menunjukkan bahwa mitra menghadapi tiga persoalan mendasar yang menghambat perkembangan usaha.

Pertama, rendahnya literasi keuangan. Survei nasional menunjukkan bahwa tingkat literasi keuangan pelaku usaha mikro di Indonesia masih tergolong rendah dibandingkan skala usaha yang lebih besar (Otoritas Jasa Keuangan, 2024). Kondisi ini tercermin pada mitra program, yang belum memisahkan keuangan usaha dari keuangan pribadi, tidak memiliki pencatatan transaksi yang sistematis, serta tidak memahami cara menghitung Harga Pokok Produksi (HPP) secara akurat, padahal berbagai kegiatan pengabdian menunjukkan bahwa pelatihan dan pendampingan pembukuan sederhana mampu meningkatkan kesadaran dan keterampilan pencatatan keuangan pelaku UMKM (Alinsari, 2021; Fitriana dkk., 2022). Kedua, keterbatasan pemasaran digital. Pemasaran produk masih dilakukan secara konvensional dari mulut ke mulut, sementara pemanfaatan media sosial dan *marketplace* sebagai kanal penjualan modern terbukti mampu memperluas jangkauan pasar UMKM (Lestari & Prasetyo, 2022; Nugroho dkk., 2023; Sari & Firmansyah, 2021), namun belum dimanfaatkan mitra secara optimal. Ketiga, lemahnya manajemen usaha, ditandai dengan tidak adanya perencanaan usaha yang terstruktur serta minimnya pemahaman terhadap pentingnya legalitas usaha seperti Nomor Induk Berusaha (NIB), yang menjadi prasyarat penting untuk mengakses pembiayaan formal dan program bantuan pemerintah (Supriyanto, 2022).

Berdasarkan permasalahan tersebut, Program Kemitraan Masyarakat (PKM) ini dilaksanakan dengan tujuan: (1) meningkatkan literasi keuangan dan kemampuan pembukuan sederhana peserta; (2) meningkatkan kapasitas pemasaran digital peserta melalui pemanfaatan media sosial dan *marketplace*; serta (3) memperkuat manajemen usaha peserta melalui pendampingan perencanaan usaha dan pengurusan legalitas. Kegiatan ini diharapkan bermanfaat sebagai model pendampingan UMKM berbasis komunitas kelurahan yang dapat direplikasi pada wilayah perkotaan lain dengan karakteristik serupa (Wibowo dkk., 2023).

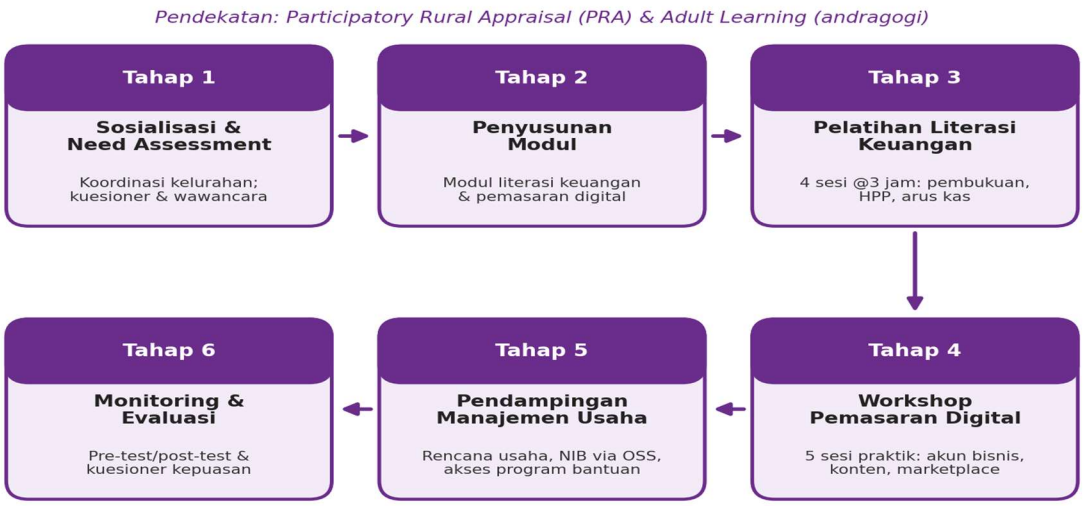
METODE PELAKSANAAN

Kegiatan pengabdian ini dilaksanakan di Kelurahan Ranotana Weru, Kecamatan Wanea, Kota Manado, selama 7 bulan (Februari–Agustus 2026), dengan khalayak sasaran 30 orang anggota Kelompok UMKM Kelurahan Ranotana Weru. Metode pelaksanaan menggunakan pendekatan *Participatory Rural Appraisal* (PRA) yang menempatkan mitra sebagai subjek aktif dalam identifikasi masalah dan perumusan solusi, dipadukan dengan metode *Adult Learning* (andragogi) yang berorientasi pada pengalaman dan pemecahan masalah nyata peserta. Kerangka tiga pilar program (literasi keuangan, pemasaran digital, dan manajemen usaha modern) yang menjadi inti intervensi disajikan pada Gambar 1.



Gambar 1. Kerangka tiga pilar program pengabdian

Pelaksanaan kegiatan mengikuti enam tahapan. Tahap pertama, sosialisasi dan koordinasi awal dengan Kelurahan Ranotana Weru dan tokoh masyarakat, dilanjutkan dengan *need assessment* melalui kuesioner dan wawancara mendalam untuk memetakan kebutuhan riil mitra. Tahap kedua, penyusunan Modul Literasi Keuangan UMKM dan Modul Pemasaran Digital UMKM dengan bahasa sederhana dan contoh kasus yang relevan dengan jenis usaha peserta. Tahap ketiga, pelatihan literasi keuangan dalam 4 sesi @3 jam mencakup dasar keuangan usaha, teknik pembukuan sederhana, penghitungan HPP, dan pengelolaan arus kas berbasis aplikasi *smartphone*. Tahap keempat, *workshop* pemasaran digital dalam 5 sesi praktik langsung mencakup pembuatan akun bisnis, fotografi produk, pembuatan konten, dan pendaftaran di *marketplace*. Tahap kelima, pendampingan manajemen usaha secara individual dan kelompok kecil (maksimal 5 orang) mencakup asistensi rencana usaha sederhana, pengurusan Nomor Induk Berusaha (NIB) melalui sistem OSS, konsultasi pengembangan produk, dan fasilitasi akses program bantuan UMKM pemerintah daerah. Tahap keenam, monitoring dan evaluasi dilakukan melalui kuesioner kepuasan dan tes pemahaman (*pre-test* dan *post-test*) pada setiap kegiatan untuk mengukur perubahan pengetahuan dan keterampilan peserta dibandingkan kondisi awal. Alur keenam tahapan pelaksanaan tersebut disajikan pada Gambar 2.



Gambar 2. Diagram alir tahapan pelaksanaan kegiatan pengabdian

HASIL DAN PEMBAHASAN

Pelaksanaan Kegiatan

Seluruh tahapan kegiatan yang direncanakan telah dilaksanakan sesuai jadwal, dimulai dari sosialisasi dan koordinasi awal pada Februari 2026, dilanjutkan *need assessment*, penyusunan modul, empat sesi pelatihan literasi keuangan pada April 2026, lima sesi *workshop* pemasaran digital pada Mei–Juni 2026, hingga pendampingan manajemen usaha dan pengurusan NIB pada Juni–Juli 2026. Kegiatan diikuti secara aktif oleh 25 dari 30 anggota Kelompok UMKM yang menjadi sasaran program (83,3%), dengan tingkat kehadiran rata-rata 92% pada sesi pelatihan literasi keuangan, 88% pada sesi *workshop* pemasaran digital, dan 100% pada pendampingan individual/kelompok kecil. Dokumentasi pelaksanaan sosialisasi dan pelatihan disajikan pada Gambar 3 dan Gambar 4.



Gambar 3. Peserta mengikuti sesi pemaparan program pengabdian kepada masyarakat



Gambar 4. Suasana sosialisasi dan pemaparan program oleh tim pelaksana kepada mitra

Peningkatan Literasi Keuangan dan Pembukuan Sederhana

Efektivitas pelatihan literasi keuangan diukur melalui *pre-test* dan *post-test* menggunakan instrumen yang sama, dengan hasil sebagaimana disajikan pada Tabel 1.

Tabel 1. Hasil *Pre-Test* dan *Post-Test* Literasi Keuangan

Aspek yang Diukur	*Pre-Test*	*Post-Test*	Peningkatan
Pemahaman dasar keuangan usaha	42	78	+36
Kemampuan pencatatan transaksi	35	81	+46
Penghitungan Harga Pokok Produksi (HPP)	28	72	+44
Pengelolaan arus kas (*cash flow*)	31	70	+39
Rata-rata keseluruhan	**34**	**75**	**+41**

Skor rata-rata keseluruhan meningkat dari 34 menjadi 75 (skala 100), atau naik 41 poin. Peningkatan terbesar terjadi pada kemampuan pencatatan transaksi (+46 poin) dan penghitungan HPP (+44 poin). Secara kualitatif, 22 dari 25 peserta (88%) telah mampu mengisi buku kas harian secara mandiri pada akhir periode pelatihan, melampaui target minimal 80% yang ditetapkan pada tahap perencanaan. Temuan ini konsisten dengan penelitian Hidayat dan Suryana (2023) yang menunjukkan bahwa pelatihan pembukuan sederhana secara signifikan meningkatkan kemampuan pengelolaan keuangan pelaku UMKM, serta dengan hasil pengabdian Handayani dan Azmiyanti (2023) yang menerapkan sosialisasi dan pelatihan pembukuan keuangan sederhana bagi UMKM di tingkat desa, dan Rahmiyanti dkk. (2025) yang melaporkan peningkatan kemampuan pelaku UMKM dalam mencatat transaksi, menghitung laba, dan memantau arus kas melalui pelatihan partisipatif disertai pendampingan langsung. Meskipun demikian, skor pada aspek pengelolaan arus kas relatif lebih rendah dibandingkan aspek lain, mengindikasikan bahwa pemahaman proyeksi keuangan ke depan memerlukan penguatan lanjutan melampaui sekadar pencatatan transaksi yang telah terjadi.

Peningkatan Kapasitas Pemasaran Digital

Workshop pemasaran digital menghasilkan peningkatan adopsi platform digital oleh peserta sebagaimana dirangkum pada Tabel 2.

Tabel 2. Sebaran Platform Pemasaran Digital yang Digunakan Peserta

Platform	Memiliki Akun	Aktif Digunakan	% Aktif
Instagram Bisnis	23/25	20/25	80%
Facebook Bisnis	21/25	17/25	68%
TikTok Bisnis	12/25	8/25	32%
Marketplace (Shopee/Tokopedia)	18/25	14/25	56%

Instagram menjadi platform dengan tingkat adopsi tertinggi (80% aktif), diikuti Facebook (68%), sejalan dengan karakteristik kedua platform yang relatif mudah dipelajari peserta pemula. Sebanyak 56% peserta telah memiliki toko aktif di *marketplace* Shopee dan/atau Tokopedia, melampaui target minimal 50%. Hasil ini memperkuat temuan Nugroho dkk. (2023) serta Lestari dan Prasetyo (2022) bahwa pelatihan pemasaran digital berbasis praktik langsung efektif mendorong pelaku UMKM memanfaatkan media sosial dan *marketplace* sebagai kanal penjualan baru (Arini dkk., 2024; Rahayu & Selviasari, 2022), meskipun keaktifan berkelanjutan pada *marketplace* tetap memerlukan pendampingan lanjutan mengingat kompleksitas pengelolaan toko dibandingkan sekadar pembuatan akun.

Penguatan Manajemen Usaha

Pendampingan manajemen usaha menghasilkan 84% peserta (21 dari 25 orang) memiliki Nomor Induk Berusaha (NIB) terdaftar melalui sistem OSS, melampaui target minimal 80%. Sebanyak 92% peserta telah menyelesaikan penyusunan rencana usaha sederhana. Capaian ini sejalan dengan pandangan Supriyanto (2022) bahwa legalitas usaha dan perencanaan yang

terstruktur merupakan prasyarat penting bagi keberlanjutan dan akses pembiayaan formal UMKM. Temuan serupa dilaporkan Putri dkk. (2024), bahwa pendampingan pendaftaran NIB melalui sistem OSS tidak hanya menjamin aspek legalitas berdagang, tetapi juga menjadi syarat penting bagi UMKM untuk mengakses program pengembangan usaha. Foto kegiatan bersama tim pelaksana dan mitra disajikan pada Gambar 5.



Gambar 5. Foto bersama tim pelaksana, mahasiswa, dan mitra Kelompok UMKM Kelurahan Ranotana Weru

Capaian Luaran Program

Secara keseluruhan, perbandingan target dan realisasi capaian luaran program disajikan pada Tabel 3.

Tabel 3. Capaian Luaran Program

Indikator Luaran	Target	Realisasi	Keterangan
Modul literasi keuangan & pemasaran digital	Tersedia	Tersedia (cetak & digital)	Tercapai
Peserta mampu membuat pembukuan mandiri	Min. 80%	88% (22/25)	Tercapai
Peserta memiliki akun media sosial bisnis aktif	Min. 70%	80% (20/25)	Tercapai
Peserta memiliki toko aktif di *marketplace*	Min. 50%	56% (14/25)	Tercapai
Peserta memiliki NIB terdaftar	Min. 80%	84% (21/25)	Tercapai
Artikel ilmiah pada jurnal nasional	1 artikel	*Submitted* ke *Tomou Tou: Jurnal Pengabdian Masyarakat*	Berjalan

Dari enam indikator luaran yang ditetapkan, lima indikator telah tercapai atau melampaui target, sedangkan satu indikator (artikel ilmiah) masih dalam proses review pada jurnal nasional. Hasil ini menunjukkan bahwa pendekatan pelatihan berbasis praktik langsung (*hands-on*) yang dipadukan dengan pendampingan individual efektif mendorong perubahan pengetahuan dan perilaku pelaku usaha mikro dalam waktu relatif singkat, sejalan dengan model pendampingan

UMKM berbasis komunitas kelurahan yang dikemukakan Wibowo dkk. (2023). Kegiatan ini turut menegaskan bahwa intervensi yang menyasar tiga aspek sekaligus, yaitu keuangan, pemasaran, dan manajemen, memberikan dampak yang saling menguatkan bagi keberlanjutan usaha mitra dibandingkan intervensi tunggal.

KESIMPULAN

Program Kemitraan Masyarakat "Penguatan Literasi Usaha Mikro Kelurahan Ranotana Weru Kota Manado" berhasil meningkatkan kapasitas 25 pelaku usaha mikro pada tiga aspek utama: literasi keuangan (skor meningkat dari 34 menjadi 75; 88% peserta mampu membuat pembukuan mandiri), pemasaran digital (80% peserta memiliki akun media sosial bisnis aktif dan 56% memiliki toko aktif di *marketplace*), serta manajemen usaha (84% peserta memiliki NIB terdaftar). Seluruh capaian ini memenuhi bahkan melampaui target yang ditetapkan, membuktikan efektivitas pendekatan pelatihan berbasis praktik langsung yang dipadukan dengan pendampingan individual bagi pelaku usaha mikro di lingkungan perkotaan.

Sebagai tindak lanjut, disarankan agar pendampingan keberlanjutan toko *marketplace* dan penyelesaian legalitas usaha (NIB) bagi peserta yang belum tuntas terus dilakukan, serta perlunya pembentukan komunitas UMKM digital sebagai wadah berbagi informasi mandiri pascaprogram. Kolaborasi lanjutan dengan Dinas Koperasi dan UMKM Kota Manado juga disarankan untuk memfasilitasi akses pembiayaan dan program bantuan pemerintah bagi mitra.

UCAPAN TERIMAKASIH

Tim pengabdi menyampaikan terima kasih kepada Kementerian Pendidikan Tinggi, Sains, dan Teknologi (Kemdiktisaintek) atas dukungan pendanaan melalui skema Pengabdian kepada Masyarakat Diktisaintek Berdampak, kepada Lembaga Penelitian dan Pengabdian kepada Masyarakat (LPPM) Universitas Sam Ratulangi, Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Sam Ratulangi, Lurah dan perangkat Kelurahan Ranotana Weru, serta seluruh anggota Kelompok UMKM Kelurahan Ranotana Weru atas partisipasi aktifnya dalam seluruh rangkaian kegiatan.

DAFTAR PUSTAKA

Alinsari, N., (2021), Peningkatan Literasi Keuangan pada UMKM melalui Pelatihan dan Pendampingan Pembukuan Sederhana, *Magistrorum et Scholarium: Jurnal Pengabdian Masyarakat*, 1 (2): 256–268. https://doi.org/10.24246/jms.v1i22020p256-268

Arini, A., Budiman, A. Z., Maulana, R. A., Siagian, E., Putri, A. M., Ramadani, U. F., Situmorang, O., Rizky, M., Franciscus, P., Kaisah, N., P, P. F. F., Juniyanti, I., Lina, N., Simamora, F. B., Manalu, E. dan Sinaga, T. A., (2024), Pelatihan Digital Marketing pada Media Sosial dan Marketplace Produk Usaha Mikro Kecil dan Menengah (UMKM), *COMSEP: Jurnal Pengabdian Kepada Masyarakat*, 5 (3): 174–180. https://doi.org/10.54951/comsep.v5i3.686

Badan Pusat Statistik (BPS), (2024), *Perkembangan UMKM di Indonesia Tahun 2023*. Jakarta: BPS.

Dinas Koperasi dan UMKM Kota Manado, (2025), *Data UMKM Kota Manado Tahun 2024*. Manado: Dinas Koperasi dan UMKM Kota Manado.

Fitriana, A., Hasibuan, R. R., Tyas, K. Z. dan Supriatin, D., (2022), Pendampingan Pencatatan Keuangan Sederhana bagi Pelaku UMKM Bidang Pariwisata di Desa Petahunan, Kab. Banyumas, *PaKMas: Jurnal Pengabdian Kepada Masyarakat*, 2 (1): 17–22. https://doi.org/10.54259/pakmas.v2i1.787

Handayani, D. L. dan Azmiyanti, R., (2023), Sosialisasi dan Pelatihan Pembukuan Keuangan Sederhana bagi UMKM di Desa Ambulu Kabupaten Probolinggo, *Jurnal Pengabdian Masyarakat SENSASI*, 3 (2): 58–65. https://doi.org/10.33005/sensasi.v3i02.10

Hidayat, R. dan Suryana, E., (2023), Penguatan Literasi Keuangan Pelaku UMKM melalui Pelatihan Pembukuan Sederhana, *Jurnal Pengabdian Masyarakat Nusantara*, 5 (2): 112–120.

Kementerian Koperasi dan UKM RI, (2023), *Laporan Perkembangan UMKM Indonesia 2022*. Jakarta: Kemenkop UKM.

Lestari, S. dan Prasetyo, B., (2022), Pemanfaatan Media Sosial untuk Pemasaran Produk UMKM di Era Digital, *Jurnal Manajemen dan Bisnis Indonesia*, 8 (1): 45–58.

Nugroho, A., Wulandari, D. dan Permatasari, I., (2023), Efektivitas Workshop Pemasaran Digital dalam Meningkatkan Omzet Penjualan UMKM, *Jurnal Ilmu Manajemen*, 11 (3): 234–248.

Otoritas Jasa Keuangan (OJK), (2024), *Survei Nasional Literasi dan Inklusi Keuangan Indonesia 2024*. Jakarta: OJK.

Putri, O. K., Zawawi, Z. dan Warmana, G. O., (2024), Pendampingan Pendaftaran NIB pada UMKM sebagai Pengembangan Usaha dan Ekonomi Lokal Kelurahan Penjaringan Sari, *Jurnal Pengabdian kepada Masyarakat Nusantara*, 5 (1): 1006–1013. https://doi.org/10.55338/jpkmn.v5i1.2418

Rahayu, P. dan Selviasari, R., (2022), Pelatihan Pembukuan dan E-Commerce bagi UMKM, *Community Development Journal: Jurnal Pengabdian Masyarakat*, 2 (3): 1246–1253. https://doi.org/10.31004/cdj.v2i3.3407

Rahmiyanti, S., Ranggala, Q., Indra, J., Indradi, D., Suhatman, Z., Nurmiyanti, L., Sajid, M. R., Wajo, F., Meidina, F. T. dan Fawwaz, M. I., (2025), Pelatihan Literasi Laporan Keuangan Sederhana bagi UMKM Legok: Dampak pada Praktik Pencatatan dan Profitabilitas, *Jurnal Abdi Insani*, 12 (10): 5380–5390. https://doi.org/10.29303/abdiinsani.v12i10.2870

Sari, N. dan Firmansyah, A., (2021), Pemberdayaan UMKM melalui Digitalisasi Pemasaran di Kota Manado, *Jurnal Pengabdian kepada Masyarakat UNIMA*, 2 (1): 31–40.

Supriyanto, E., (2022), *Manajemen Usaha Kecil dan Mikro: Teori dan Praktik*. Bandung: Pustaka Setia.

Wibowo, S., Hartati, R. dan Yulianto, D., (2023), Model Pendampingan UMKM Berbasis Komunitas di Kelurahan Perkotaan, *Jurnal Pengabdian kepada Masyarakat Nasional*, 4 (1): 89–101.