

SOSIALISASI LITERASI PENGELOLAAN KEUANGAN DAN DIGITALISASI MARKETING

Nicoline Hiariej¹, Joberth Tupan², Denty Wuarlala³, Wanda Rumahyara⁴
Agustinus Rungun⁵, Trianita Septory⁶, Herlin S Sahetapy⁷, Frenty W Latumeirisa⁸, Susan
ayal⁹, Maria N kalwela¹⁰, Gildefaryo Soatomole¹¹

^{1'2'3'4'5'6'7'8'9'10'11} **Universitas Kristen Indonesia Maluku**

E-mail : niehiariej@gmail.com, joberthtupan07@gmail.com

ABSTRAK

Jemaat GPM Hukurila merupakan salah satu jemaat yang berada di Negeri Hukurila, Kecamatan Leitimur Selatan, Kota Ambon, Provinsi Maluku. Jemaat ini memiliki potensi ekonomi yang cukup baik, terutama melalui berbagai usaha mikro, kecil, dan menengah (UMKM) yang dijalankan oleh masyarakat. Potensi tersebut didukung oleh sumber daya lokal yang dapat dikembangkan menjadi produk bernilai ekonomi. Namun, di balik potensi tersebut masih terdapat beberapa kendala yang dihadapi pelaku UMKM dalam mengembangkan usahanya. Sebagian besar pelaku usaha belum menerapkan pengelolaan keuangan yang baik, seperti pencatatan pemasukan dan pengeluaran secara sederhana, sehingga sulit mengetahui kondisi keuangan usahanya. Selain itu, pemanfaatan teknologi digital sebagai media pemasaran masih tergolong rendah karena sebagian besar pelaku usaha masih mengandalkan pemasaran secara langsung dari mulut ke mulut. Minimnya pemahaman mengenai digital marketing juga menyebabkan jangkauan pemasaran produk belum optimal. Berdasarkan hasil observasi dan identifikasi kebutuhan masyarakat, persoalan mendasar yang dihadapi mitra meliputi: (1) kurangnya pemahaman mengenai pentingnya literasi pengelolaan keuangan bagi keberlangsungan usaha; (2) belum diterapkannya pembukuan sederhana dalam kegiatan usaha; (3) rendahnya pemanfaatan media digital sebagai sarana promosi dan pemasaran produk; serta (4) terbatasnya pengetahuan pelaku UMKM mengenai strategi digital marketing yang efektif untuk meningkatkan daya saing dan penjualan produk. Oleh karena itu, dilaksanakan program sosialisasi literasi pengelolaan keuangan dan digitalisasi marketing sebagai upaya meningkatkan pengetahuan dan keterampilan pelaku UMKM dalam mengelola keuangan usaha serta memanfaatkan media digital untuk mengembangkan usahanya.

Kata kunci: Literasi Keuangan, Pengelolaan Keuangan, Digital Marketing, UMKM

ABSTRACT

Hukurila Village is one of the villages located in Leitimur Selatan District, Ambon City, Maluku Province. The village has considerable economic potential, particularly through the micro, small, and medium enterprises (MSMEs) operated by the local community. This potential is supported by local resources that can be developed into products with economic value. However, despite this potential, several challenges are still faced by MSME owners in developing their businesses. Most business owners have not implemented proper financial management practices, such as maintaining simple records of income and expenditures, making it difficult to determine the financial condition of their businesses. In addition, the utilization of digital technology as a marketing medium remains relatively low because most

business owners still rely on direct word-of-mouth marketing. The limited understanding of digital marketing has also resulted in the suboptimal reach of product marketing. Based on the results of observations and the identification of community needs, the main problems faced by the community partners include: (1) a lack of understanding of the importance of financial management literacy for business sustainability; (2) the absence of simple bookkeeping practices in business activities; (3) the low utilization of digital media as a promotional and marketing tool; and (4) limited knowledge among MSME owners regarding effective digital marketing strategies to improve business competitiveness and increase product sales. Therefore, a Financial Management Literacy and Digital Marketing Socialization Program was implemented to improve the knowledge and skills of MSME owners in managing business finances and utilizing digital media to support business development.

Keywords: Financial Literacy, Financial Management, Digital Marketing, MSMEs.

PENDAHULUAN

Jemaat GPM Hukurila merupakan salah satu jemaat yang berada di Negeri Hukurila, Kecamatan Leitimur Selatan, Kota Ambon, Provinsi Maluku. Jemaat ini memiliki potensi sumber daya alam dan sumber daya manusia yang cukup baik dalam mendukung aktivitas perekonomian masyarakat. Sebagian besar masyarakat Negeri Hukurila bekerja sebagai nelayan, pedagang kios, dan mama-mama papalele yang menjalankan usaha mikro, kecil, dan menengah (UMKM) sebagai sumber utama mata pencaharian keluarga. Selain itu, letak geografis Negeri Hukurila yang berada di kawasan pesisir menjadikan negeri ini memiliki potensi ekonomi yang dapat terus dikembangkan melalui pemanfaatan hasil perikanan, perdagangan, serta produk-produk lokal yang bernilai ekonomi.

Meskipun memiliki potensi ekonomi yang cukup besar, hasil observasi selama pelaksanaan Kuliah Kerja Nyata (KKN) menunjukkan bahwa masih terdapat beberapa kendala yang dihadapi oleh pelaku UMKM dalam mengembangkan usahanya. Sebagian besar pelaku usaha belum menerapkan pengelolaan keuangan yang baik, terutama dalam melakukan pencatatan pemasukan dan pengeluaran usaha secara sederhana. Kondisi tersebut menyebabkan pelaku usaha mengalami kesulitan dalam mengetahui perkembangan usaha, menghitung keuntungan, serta melakukan perencanaan keuangan untuk keberlangsungan usahanya.

Selain itu, perkembangan teknologi informasi yang semakin pesat belum dimanfaatkan secara optimal oleh pelaku UMKM di Jemaat GPM Hukurila. Sebagian besar pelaku usaha masih mengandalkan pemasaran secara langsung atau dari mulut ke mulut sehingga jangkauan pemasaran produk masih terbatas. Pemanfaatan media sosial dan platform digital sebagai sarana promosi juga masih rendah karena keterbatasan pengetahuan dan keterampilan dalam menggunakan media digital sebagai strategi pemasaran. Padahal, digital marketing menjadi salah satu alternatif yang efektif untuk memperluas jangkauan pasar, meningkatkan daya saing usaha, serta membuka peluang memperoleh pelanggan baru.

Permasalahan tersebut menunjukkan bahwa peningkatan kapasitas pelaku UMKM tidak hanya diperlukan dalam aspek pengelolaan keuangan, tetapi juga dalam pemanfaatan teknologi digital untuk mendukung pengembangan usaha. Literasi pengelolaan keuangan yang baik akan membantu pelaku usaha mengelola arus kas, menyusun pembukuan sederhana, serta mengambil keputusan usaha secara lebih tepat. Di sisi lain, pemanfaatan digital marketing dapat meningkatkan efektivitas promosi, memperluas akses pasar, serta meningkatkan nilai ekonomi produk yang dihasilkan masyarakat.

1. Berdasarkan hasil observasi langsung mengenai kebutuhan masyarakat selama pelaksanaan KKN, diperoleh beberapa permasalahan utama yang dihadapi oleh mitra, yaitu: rendahnya pemahaman pelaku UMKM mengenai pentingnya literasi pengelolaan keuangan.
2. Belum diterapkannya pembukuan sederhana dalam kegiatan usaha.
3. Rendahnya pemanfaatan media digital sebagai sarana promosi dan pemasaran produk
4. Terbatasnya pengetahuan pelaku UMKM mengenai strategi digital marketing yang efektif dalam meningkatkan daya saing dan penjualan produk.

Berdasarkan kondisi tersebut, mahasiswa Kuliah Kerja Nyata Universitas Kristen Indonesia Maluku melaksanakan program Sosialisasi Literasi Pengelolaan Keuangan dan Digitalisasi Marketing sebagai bentuk pengabdian kepada masyarakat. Program ini bertujuan untuk meningkatkan pengetahuan dan keterampilan pelaku UMKM, khususnya pemilik kios, mama-mama papalele, dan nelayan, dalam mengelola keuangan usaha secara sederhana serta memanfaatkan media digital sebagai sarana pemasaran. Melalui kegiatan ini diharapkan pelaku UMKM mampu menerapkan pembukuan sederhana, memanfaatkan teknologi digital secara optimal, serta meningkatkan daya saing dan keberlanjutan usaha yang pada akhirnya dapat memberikan dampak positif terhadap peningkatan kesejahteraan Jemaat GPM Hukurila.

PERMASALAHAN MITRA

Berdasarkan hasil observasi dan diskusi bersama Jemaat GPM Hukurila, ditemukan beberapa permasalahan yang dihadapi oleh pelaku usaha mikro, kecil, dan menengah (UMKM), khususnya pemilik kios, mama-mama papalele, dan nelayan. Permasalahan yang menjadi fokus kegiatan meliputi:

1. Rendahnya pemahaman mengenai pentingnya literasi pengelolaan keuangan.
2. Belum diterapkannya pembukuan sederhana dalam kegiatan usaha.
3. Rendahnya pemanfaatan media digital sebagai sarana promosi dan pemasaran.
4. Terbatasnya pengetahuan mengenai strategi digital marketing untuk mengembangkan usaha.

Salah satu permasalahan utama yang ditemukan adalah rendahnya literasi pengelolaan keuangan. Sebagian besar pelaku UMKM belum melakukan pencatatan pemasukan dan pengeluaran secara teratur serta masih mencampurkan keuangan usaha dengan keuangan pribadi. Kondisi ini menyulitkan pelaku usaha dalam mengetahui perkembangan usaha, menghitung keuntungan, dan menyusun perencanaan keuangan. Padahal, pengelolaan keuangan yang baik merupakan dasar dalam menjaga keberlangsungan dan pengembangan usaha.

Selain itu, pemanfaatan teknologi digital sebagai media pemasaran masih belum optimal. Sebagian besar pelaku UMKM masih mengandalkan penjualan secara langsung atau promosi dari mulut ke mulut sehingga jangkauan pemasaran produk masih terbatas. Rendahnya pengetahuan mengenai digital marketing menyebabkan pelaku usaha belum memanfaatkan media sosial dan platform digital sebagai sarana promosi yang dapat meningkatkan daya saing dan penjualan produk.

Berdasarkan permasalahan tersebut, mahasiswa Kuliah Kerja Nyata Universitas Kristen Indonesia Maluku melaksanakan program Sosialisasi Literasi Pengelolaan Keuangan dan Digitalisasi Marketing sebagai upaya meningkatkan pengetahuan dan keterampilan pelaku

UMKM dalam mengelola keuangan usaha secara sederhana serta memanfaatkan media digital untuk memperluas pemasaran dan mendukung pengembangan usaha secara berkelanjutan.

SOLUSI PERMASALAHAN

Berdasarkan hasil observasi, diskusi, dan identifikasi kebutuhan masyarakat, terdapat empat permasalahan prioritas yang dihadapi oleh pelaku usaha mikro, kecil, dan menengah (UMKM) di Jemaat GPM Hukurila, yaitu:

1. Rendahnya pemahaman mengenai pentingnya literasi pengelolaan keuangan.
2. Belum diterapkannya pembukuan sederhana dalam kegiatan usaha.
3. Rendahnya pemanfaatan media digital sebagai sarana promosi dan pemasaran produk.
4. Terbatasnya pengetahuan pelaku UMKM mengenai strategi digital marketing dan penggunaan sistem pembayaran digital dalam mendukung pengembangan usaha.

Berdasarkan permasalahan tersebut, solusi yang ditawarkan melalui program Kuliah Kerja Nyata (KKN) adalah sebagai berikut:

1. Sosialisasi literasi pengelolaan keuangan, dengan memberikan pemahaman kepada pelaku UMKM mengenai pentingnya pengelolaan keuangan yang baik sebagai dasar dalam menjaga keberlangsungan usaha.
2. Pelatihan pembukuan sederhana, yaitu memberikan pendampingan kepada pelaku UMKM agar mampu mencatat pemasukan dan pengeluaran usaha secara teratur sehingga kondisi keuangan usaha dapat diketahui dengan lebih mudah.
3. Sosialisasi digital marketing, dengan memberikan edukasi mengenai pemanfaatan media sosial dan platform digital sebagai sarana promosi untuk memperluas jangkauan pemasaran, meningkatkan daya saing, serta menarik lebih banyak pelanggan.
4. Edukasi mengenai penggunaan QRIS (Quick Response Code Indonesian Standard) sebagai sistem pembayaran digital untuk mendukung transaksi usaha yang lebih cepat, aman, dan praktis. Melalui kegiatan ini, pelaku UMKM diperkenalkan pada manfaat QRIS sebagai alternatif pembayaran non-tunai yang dapat meningkatkan kemudahan transaksi, kenyamanan pelanggan, serta mendukung digitalisasi usaha.

METODE KEGIATAN

Pelaksanaan program Sosialisasi Literasi Pengelolaan Keuangan dan Digitalisasi Marketing dilaksanakan melalui beberapa tahapan sebagai berikut:

I. Tahap Observasi dan Analisis Kebutuhan

Tahap ini bertujuan untuk mengidentifikasi kondisi dan kebutuhan pelaku UMKM di Jemaat GPM Hukurila sehingga program yang dilaksanakan sesuai dengan permasalahan yang dihadapi masyarakat. Kegiatan yang dilakukan meliputi:

- Melakukan observasi secara langsung terhadap kondisi pelaku UMKM di Jemaat GPM Hukurila.
- Berdiskusi dengan Pemerintah Negeri, Ketua Majelis Jemaat serta pelaku UMKM, yang terdiri atas pemilik kios, mama-mama papalele, dan nelayan, untuk memperoleh informasi mengenai pengelolaan keuangan dan pemanfaatan media digital dalam kegiatan usaha.

II. Tahap Pelaksanaan Sosialisasi Literasi Pengelolaan Keuangan

Tahap ini bertujuan untuk meningkatkan pemahaman pelaku UMKM mengenai pentingnya pengelolaan keuangan dalam mendukung keberlangsungan usaha. Materi yang

diberikan meliputi pentingnya literasi keuangan, pengelolaan keuangan usaha, serta penyusunan pembukuan sederhana.

Partisipasi mitra pada tahap ini meliputi:

- Menyediakan tempat pelaksanaan kegiatan.
- Mengikuti kegiatan sosialisasi dan sesi diskusi secara aktif.

III. Tahap Sosialisasi Digital Marketing dan QRIS

Pada tahap ini dilakukan sosialisasi mengenai pemanfaatan media digital sebagai sarana promosi usaha, serta edukasi mengenai penggunaan QRIS (Quick Response Code Indonesian Standard) sebagai sistem pembayaran digital. Kegiatan ini bertujuan untuk meningkatkan pengetahuan pelaku UMKM dalam memanfaatkan teknologi digital guna memperluas pemasaran produk dan mempermudah proses transaksi dengan pelanggan.

Partisipasi mitra pada tahap ini meliputi:

- Menyediakan tempat pelaksanaan kegiatan.
- Mengikuti sosialisasi, diskusi, dan praktik penggunaan media digital serta QRIS.

IV. Tahap Pelatihan

Pada tahap ini dilakukan pelatihan kepada pelaku UMKM mengenai penyusunan pembukuan sederhana, pemanfaatan media sosial sebagai sarana promosi, serta penggunaan QRIS (Quick Response Code Indonesian Standard) sebagai sistem pembayaran digital. Pelatihan ini bertujuan agar peserta memiliki pengetahuan dan keterampilan dalam menerapkan pengelolaan keuangan yang baik, memanfaatkan media digital untuk pemasaran, serta menggunakan QRIS guna mendukung transaksi usaha yang lebih mudah, cepat, dan efisien.

V. Tahap Evaluasi dan Tindak Lanjut

Tahap ini dilakukan untuk mengetahui tingkat pemahaman peserta setelah mengikuti kegiatan serta mengevaluasi pelaksanaan program. Evaluasi dilakukan melalui diskusi bersama peserta, majelis jemaat, pemerintah negeri, mengenai manfaat, kendala, serta peluang penerapan literasi keuangan dan digitalisasi marketing dalam kegiatan usaha. Hasil evaluasi menjadi dasar dalam menyusun tindak lanjut guna mendukung keberlanjutan penerapan pengelolaan keuangan, digital marketing, dan penggunaan QRIS oleh pelaku UMKM di Desa Hukurila.

HASIL YANG DICAPAI

Berdasarkan hasil koordinasi antara Mahasiswa Kuliah Kerja Nyata (KKN) Universitas Kristen Indonesia Maluku dengan Ketua Majelis GPM Hukurila, kegiatan Sosialisasi Literasi Pengelolaan Keuangan dan Digitalisasi Marketing ditujukan kepada pelaku usaha mikro, kecil, dan menengah (UMKM), yang terdiri dari pemilik kios, mama-mama papalele, dan nelayan di Desa Hukurila. Seluruh rangkaian kegiatan dilaksanakan sesuai dengan jadwal yang telah disepakati bersama dan mendapat dukungan serta partisipasi aktif dari masyarakat.

1. Sosialisasi Literasi Pengelolaan Keuangan

Kegiatan sosialisasi bertujuan untuk meningkatkan pemahaman pelaku UMKM mengenai pentingnya pengelolaan keuangan dalam menjalankan usaha. Materi yang disampaikan meliputi pentingnya memisahkan keuangan pribadi dan usaha, mengelola pemasukan dan pengeluaran, serta manfaat perencanaan keuangan bagi keberlangsungan usaha.

Selama kegiatan berlangsung, peserta menunjukkan antusiasme yang tinggi. Hal ini terlihat dari keaktifan peserta dalam mengikuti penyampaian materi,

mengajukan pertanyaan, serta berbagi pengalaman mengenai pengelolaan keuangan usaha yang selama ini dilakukan. Melalui kegiatan ini, peserta memperoleh pemahaman baru mengenai pentingnya literasi keuangan sebagai dasar dalam mengembangkan usaha secara lebih terencana.

Gambar 1. Sosialisasi Literasi Pengelolaan Keuangan

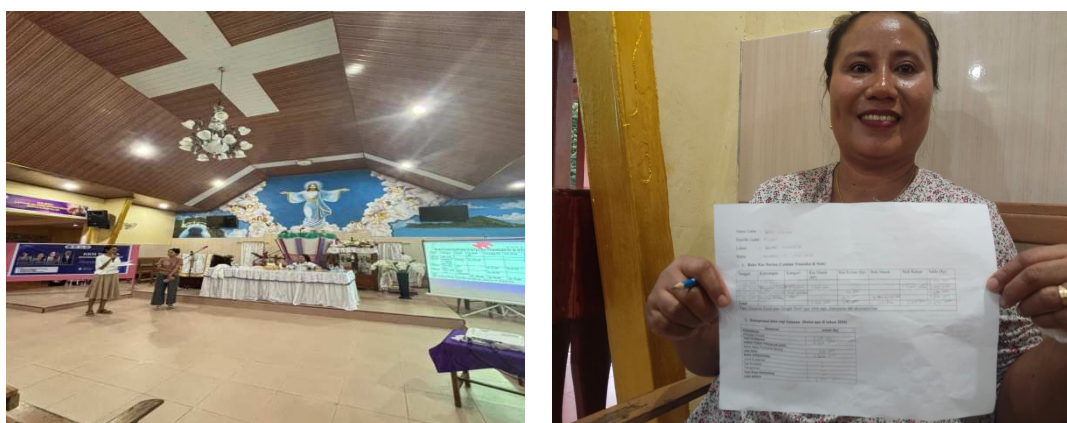


2. Pelatihan pembukuan sederhana

Pelatihan pembukuan sederhana dilaksanakan untuk memberikan keterampilan kepada pelaku UMKM dalam melakukan pencatatan keuangan usaha. Peserta diperkenalkan dengan cara mencatat pemasukan, pengeluaran, serta menghitung keuntungan usaha menggunakan format pembukuan sederhana yang mudah diterapkan.

Pada sesi pelatihan, peserta diberikan kesempatan untuk mempraktikkan langsung penyusunan pembukuan sederhana berdasarkan contoh transaksi usaha sehari-hari. Hasil kegiatan menunjukkan bahwa peserta mampu memahami langkah-langkah dasar pencatatan keuangan dan menyadari pentingnya pembukuan sebagai alat untuk mengontrol kondisi keuangan usaha.

Gambar 2. Pelatihan Pembukuan Sederhana



3. Sosialisasi Digital Marketing

Kegiatan sosialisasi digital marketing bertujuan untuk meningkatkan pengetahuan pelaku UMKM mengenai pemanfaatan media digital sebagai sarana promosi dan pemasaran produk. Materi yang diberikan mencakup manfaat media sosial dalam memperluas jangkauan pasar, membangun komunikasi dengan pelanggan, serta meningkatkan daya saing usaha.

Peserta mengikuti kegiatan dengan antusias dan aktif berdiskusi mengenai kendala yang dihadapi dalam memasarkan produk. Melalui kegiatan ini, peserta memperoleh wawasan mengenai pentingnya memanfaatkan media sosial sebagai salah satu strategi pemasaran yang efektif untuk memperkenalkan produk kepada masyarakat yang lebih luas.

Gambar 3. Sosialisasi Digital Marketing



4. Pelatihan Penggunaan QRIS

Sebagai bagian dari program digitalisasi usaha, peserta juga diberikan pelatihan mengenai penggunaan QRIS (Quick Response Code Indonesian Standard) sebagai sistem pembayaran digital. Dalam kegiatan ini, peserta diperkenalkan dengan manfaat QRIS, mekanisme penggunaannya, serta keunggulannya dalam mendukung transaksi non-tunai yang lebih cepat, aman, dan praktis.

Melalui pelatihan ini, peserta memahami bahwa penggunaan QRIS dapat memberikan kemudahan dalam proses pembayaran, meningkatkan kenyamanan pelanggan, serta mendukung perkembangan usaha yang lebih modern. Antusiasme peserta terlihat dari banyaknya pertanyaan mengenai penggunaan QRIS dan peluang penerapannya dalam usaha yang mereka jalankan.

Gambar 4. Pelatihan Penggunaan QRIS



PENUTUP

Program Sosialisasi Literasi Pengelolaan Keuangan dan Digitalisasi Marketing yang dilaksanakan oleh Mahasiswa Kuliah Kerja Nyata (KKN) Universitas Kristen Indonesia Maluku (UKIM) di jemaat GPM Hukurila telah terlaksana dengan baik. Kegiatan ini memberikan manfaat bagi pelaku UMKM dalam meningkatkan pemahaman mengenai pengelolaan keuangan, pembukuan sederhana, digital marketing, serta penggunaan QRIS sebagai sistem pembayaran digital. Diharapkan pengetahuan yang diperoleh dapat diterapkan secara berkelanjutan sehingga mampu mendukung pengembangan usaha dan meningkatkan kesejahteraan Jemaat.

UCAPAN TERIMA KASIH

Ucapan terima kasih disampaikan kepada Lembaga Penelitian dan Pengabdian kepada Masyarakat (LPPM) Universitas Kristen Indonesia Maluku (UKIM), seluruh Jemaat GPM Hukurila, serta seluruh pelaku UMKM yang telah mendukung dan berpartisipasi dalam pelaksanaan program Kuliah Kerja Nyata (KKN) sehingga kegiatan ini dapat berjalan dengan baik.

DAFTAR PUSTAKA

1. Bank Indonesia. (2023). *Quick Response Code Indonesian Standard (QRIS)*. <https://www.bi.go.id>
2. Kementerian Koperasi dan Usaha Kecil dan Menengah Republik Indonesia. (2021). *Perkembangan Data Usaha Mikro, Kecil, Menengah (UMKM) dan Usaha Besar*. <https://kemenkopukm.go.id>
3. Kotler, P., & Keller, K. L. (2016). *Marketing Management* (15th ed.). Pearson Education.
4. Otoritas Jasa Keuangan. (2017). *Strategi Nasional Literasi Keuangan Indonesia (Revisit 2017)*. Jakarta: Otoritas Jasa Keuangan.
5. Otoritas Jasa Keuangan. (2022). *Survei Nasional Literasi dan Inklusi Keuangan Tahun 2022*. Jakarta: Otoritas Jasa Keuangan.
6. Jemaat GPM Hukurila. (2026). *Profil Jemaat GPM Hukurila Kecamatan Leitimur Selatan Kota Ambon*. Ambon.
7. Purwana, D., Rahmi, & Aditya, S. (2017). Pemanfaatan Digital Marketing bagi Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah (UMKM) di Kelurahan Malaka Sari, Duren Sawit. *Jurnal Pemberdayaan Masyarakat Madani*, 1(1), 1–17.
8. Rangkuti, F. (2017). *Personal SWOT Analysis*. Jakarta: Gramedia Pustaka Utama.
9. Sujarweni, V. W. (2020). *Akuntansi UMKM: Panduan Praktis Menyusun Laporan Keuangan*. Yogyakarta: Pustaka Baru Press.
10. Undang-Undang Republik Indonesia Nomor 20 Tahun 2008 tentang Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah.