SWARNA
Jurnal Pengabdian Kepada Masyarakat
ejournal.45mataram.ac.id/index.php/swarna

Vol. 5, No. 10 October 2026
e-ISSN: 2963-184X
pp. 2578-2589

Penguatan Kapasitas bagi Pelaku Usaha Wisata dan Kuliner Berbasis *Participatory Action Research* di Kecamatan Sungai Kakap

Hasanudin[1], M. Irfani Hendri[1], Juanda Astarani[1], Yanto[1], Ariefanda Iqbal Perdhana[1]
[1]Universitas Tanjungpura, Pontianak, Kalimantan Barat

CorrespondingAuthor: hasanudin@untan.ac.id

Article History:
Received: 29-09-2026
Revised: 14-10-2026
Accepted: 25-10-2026
Keywords: *Penguatan Kapasitas, Pelaku Usaha, Participatory Action Research, Wisata dan Kuliner*

Abstract: *Kecamatan Sungai Kakap memiliki potensi usaha wisata dan kuliner yang penting bagi penguatan ekonomi lokal, tetapi pelaku usaha masih menghadapi keterbatasan dalam perencanaan usaha, pencatatan transaksi, pengelolaan keuangan, dan pemanfaatan teknologi digital. Kegiatan pengabdian kepada masyarakat ini bertujuan memperkuat kapasitas manajemen dan keuangan pelaku usaha wisata dan kuliner melalui pendekatan Participatory Action Research (PAR). Metode pelaksanaan meliputi identifikasi kebutuhan melalui wawancara, diskusi kelompok, dan pemetaan kondisi usaha, pelatihan partisipatif mengenai manajemen usaha, pembukuan sederhana, perencanaan anggaran, serta pemasaran digital; praktik penyusunan arus kas dan pencatatan transaksi; serta evaluasi melalui observasi, penilaian praktik, dan diskusi reflektif. Hasil kegiatan menunjukkan peningkatan pemahaman peserta mengenai pemisahan keuangan pribadi dan usaha, pentingnya pencatatan keuangan, serta pemanfaatan media digital untuk memperluas pasar. Kegiatan juga memperkuat jejaring kolaboratif antara pelaku usaha, akademisi, dan pemerintah kecamatan. Pendekatan partisipatif terbukti relevan untuk mendorong pengelolaan usaha yang lebih tertib, adaptif, dan berkelanjutan di Sungai Kakap.*

© 2026 SWARNA: Jurnal Pengabdian Kepada Masyarakat

PENDAHULUAN

Kecamatan Sungai Kakap, Kabupaten Kubu Raya, memiliki potensi ekonomi lokal yang ditopang oleh kegiatan perikanan, wisata bahari, wisata religi, serta usaha kuliner berbasis sumber daya lokal. Potensi tersebut membuka ruang pengembangan usaha mikro, kecil, dan menengah (UMKM) sebagai penggerak ekonomi masyarakat sekaligus penopang pengalaman wisatawan di kawasan pesisir. Usaha kuliner, pengolahan hasil perikanan, jasa pendukung wisata, dan perdagangan lokal memiliki posisi penting dalam menghubungkan potensi sumber daya wilayah dengan penciptaan pendapatan, kesempatan kerja, serta penguatan identitas ekonomi masyarakat.

Peluang tersebut perlu direspons melalui pengelolaan usaha yang semakin profesional. Pertumbuhan ekonomi digital, perubahan preferensi konsumen, dan meningkatnya penggunaan layanan digital telah mengubah pola transaksi serta strategi pemasaran usaha. Bank Indonesia mencatat bahwa transaksi e-commerce tumbuh dengan

rata-rata tahunan 32,9 persen secara volume dan 17,2 persen secara nominal pada periode 2019–Desember 2024. Kondisi ini menciptakan peluang bagi UMKM untuk memperluas jangkauan pasar, tetapi juga menuntut kemampuan adaptasi terhadap teknologi digital, sistem pembayaran, pencatatan transaksi, dan komunikasi pemasaran berbasis platform digital (Bank Indonesia, 2024).

Namun, besarnya potensi usaha wisata dan kuliner di Kecamatan Sungai Kakap belum sepenuhnya diikuti oleh kapasitas manajerial serta literasi keuangan yang memadai. Hasil identifikasi awal menunjukkan bahwa pelaku usaha masih menghadapi keterbatasan dalam menyusun perencanaan usaha, memisahkan keuangan pribadi dan usaha, melakukan pencatatan transaksi harian, mengelola arus kas, menyusun anggaran, dan memanfaatkan teknologi digital untuk keperluan administrasi maupun pemasaran. Kondisi tersebut membatasi kemampuan pelaku usaha dalam menghitung biaya dan harga jual secara rasional, mengukur laba-rugi, mengendalikan penggunaan modal kerja, serta mengambil keputusan berdasarkan informasi keuangan yang akurat.

Urgensi penguatan literasi keuangan juga terlihat pada tingkat nasional. Survei Nasional Literasi dan Inklusi Keuangan 2024 yang dilaksanakan Otoritas Jasa Keuangan bersama Badan Pusat Statistik menunjukkan indeks literasi keuangan Indonesia sebesar 65,43 persen, sedangkan indeks inklusi keuangan mencapai 75,02 persen. Perbedaan kedua indeks tersebut menunjukkan bahwa kepemilikan atau akses terhadap produk dan layanan keuangan belum selalu disertai pemahaman yang cukup untuk menggunakannya secara efektif dan bertanggung jawab (*Survei Nasional Literasi Dan Inklusi Keuangan (SNLIK) 2024*, n.d.)

Dalam konteks kewirausahaan, literasi keuangan tidak hanya berkaitan dengan pengetahuan tentang produk keuangan, tetapi juga dengan kemampuan mengelola sumber daya usaha, menilai konsekuensi keputusan keuangan, serta menjaga keberlangsungan bisnis. Telaah sistematis terhadap 67 penelitian menemukan bahwa tingkat literasi keuangan wirausahawan di berbagai negara secara umum masih rendah. Kajian tersebut juga menunjukkan bahwa literasi keuangan berkontribusi terhadap akses pembiayaan dan kinerja usaha, sementara pelatihan kewirausahaan menjadi salah satu faktor penting dalam mendukung pertumbuhan dan keberlangsungan usaha mikro, kecil, dan menengah (Affandi et al., 2024; Trinugroho et al., 2022).

Penguatan kapasitas manajemen dan keuangan karena itu menjadi penting bagi pelaku usaha wisata dan kuliner di Sungai Kakap. Secara praktis, penguatan tersebut perlu diterjemahkan ke dalam kemampuan merencanakan usaha, mengelola modal kerja, membedakan keuangan pribadi dengan keuangan usaha, mencatat transaksi secara disiplin, menyusun arus kas dan anggaran, serta mengevaluasi laba-rugi secara periodik. Praktik manajemen yang sederhana tetapi konsisten dapat membantu pelaku usaha membangun keputusan yang lebih rasional, mengendalikan biaya, menilai kelayakan pengembangan usaha, dan memperkuat kesiapan mengakses pembiayaan formal.

Selain pengelolaan keuangan, digitalisasi merupakan bagian yang tidak terpisahkan dari penguatan daya saing UMKM. Bank Indonesia menegaskan bahwa transformasi digital nasional perlu berjalan seiring dengan penguatan literasi digital, akseptasi digital, perlindungan konsumen, dan manajemen risiko. Bank Indonesia juga menyatakan komitmennya untuk mengembangkan solusi digital yang lebih inklusif bagi 66 juta UMKM agar akses terhadap pasar barang dan pasar keuangan dapat diperluas secara berkelanjutan (Bank Indonesia, 2024). Dalam konteks usaha wisata dan kuliner, pemanfaatan media sosial, aplikasi pencatatan keuangan, pembayaran digital, serta kanal pemasaran daring berpotensi meningkatkan visibilitas produk, mempermudah transaksi,

dan memperluas jangkauan konsumen. Namun, pemanfaatannya perlu dibarengi dengan kemampuan memilih platform sesuai kebutuhan usaha, mengelola informasi transaksi, dan menjaga keberlanjutan praktik digital.

Berdasarkan permasalahan tersebut, kegiatan pengabdian kepada masyarakat ini dilaksanakan melalui pendekatan *Participatory Action Research* (PAR). Pendekatan ini dipilih karena menempatkan pelaku usaha sebagai subjek aktif dalam proses pemberdayaan, mulai dari pengenalan masalah, penyusunan kebutuhan, pelaksanaan tindakan, refleksi hasil, hingga perencanaan tindak lanjut. Dengan pendekatan tersebut, kegiatan tidak hanya berorientasi pada penyampaian materi, melainkan pada pengembangan solusi yang relevan dengan kondisi, pengalaman, dan potensi lokal mitra. Pelatihan dan pendampingan dirancang berbasis praktik agar peserta dapat menghubungkan pengetahuan manajemen dan keuangan dengan persoalan nyata yang mereka hadapi dalam menjalankan usaha.

Tujuan kegiatan ini adalah meningkatkan pengetahuan dan keterampilan pelaku usaha wisata dan kuliner dalam manajemen usaha serta pengelolaan keuangan; mendorong penerapan pencatatan transaksi, pengelolaan arus kas, perencanaan anggaran, dan pemisahan keuangan pribadi dengan keuangan usaha, memperkuat pemanfaatan teknologi digital untuk pencatatan keuangan dan pemasaran usaha, serta membangun kolaborasi antara pelaku usaha, akademisi, pemerintah kecamatan, dan pemangku kepentingan lokal untuk mendukung keberlanjutan UMKM wisata dan kuliner di Kecamatan Sungai Kakap.

Rencana pemecahan masalah dilakukan melalui empat tahapan. Pertama, identifikasi kebutuhan mitra melalui wawancara, diskusi kelompok, dan pemetaan kondisi usaha. Kedua, pelatihan partisipatif mengenai dasar manajemen usaha, pengelolaan modal kerja, pencatatan keuangan, penyusunan arus kas, perencanaan anggaran, serta pemasaran digital. Ketiga, praktik langsung dan simulasi kasus untuk menyusun pencatatan transaksi, arus kas, dan strategi pemasaran sesuai karakteristik usaha peserta. Keempat, pendampingan, refleksi, dan evaluasi untuk menilai perubahan pemahaman serta kesiapan peserta menerapkan praktik manajemen dan keuangan secara konsisten. Melalui tahapan tersebut, kegiatan ini diharapkan menghasilkan pelaku usaha yang lebih tertib secara administratif, adaptif terhadap digitalisasi, dan mampu membangun usaha wisata maupun kuliner yang lebih berdaya saing serta berkelanjutan.

METODE PELAKSANAAN

Kegiatan pengabdian kepada masyarakat ini menggunakan pendekatan *Participatory Action Research* (PAR), yang menempatkan pelaku usaha sebagai mitra aktif dalam proses identifikasi masalah, penyusunan kebutuhan, pelaksanaan tindakan, refleksi, dan evaluasi program. Pendekatan ini dipilih agar rancangan intervensi sesuai dengan kondisi riil, potensi lokal, dan kebutuhan pelaku usaha wisata serta kuliner di Kecamatan Sungai Kakap, Kabupaten Kubu Raya. Kegiatan dilaksanakan di Aula Balai Pertemuan Kecamatan Sungai Kakap melalui koordinasi dengan pemerintah kecamatan dan melibatkan pelaku UMKM dari beberapa desa dengan ragam usaha kuliner, pengolahan hasil perikanan, serta layanan pendukung pariwisata lokal. Sasaran pengabdian ini adalah pelaku usaha mikro, kecil, dan menengah pada sektor wisata dan kuliner di Kecamatan Sungai Kakap.

Peserta dipilih secara purposive melalui koordinasi dengan pemerintah kecamatan dan pemetaan awal terhadap pelaku usaha. Kriteria pemilihan peserta meliputi: (1) menjalankan usaha kuliner, pengolahan hasil perikanan, jasa wisata, atau usaha

penunjang pariwisata; (2) berdomisili atau menjalankan usaha di Kecamatan Sungai Kakap; (3) memiliki kebutuhan penguatan manajemen, pencatatan keuangan, pemasaran digital, atau pengembangan usaha; dan (4) bersedia mengikuti kegiatan pelatihan dan praktik. Pemilihan secara purposive dimaksudkan agar materi dan pendampingan diarahkan kepada pelaku usaha yang relevan serta siap mengadopsi praktik manajemen usaha yang lebih profesional. Rancangan kegiatan terdiri atas empat tahapan yang saling berkaitan, yakni:

1. Identifikasi kebutuhan dan persiapan.

Tim melakukan pengumpulan data sekunder dari dokumen perencanaan daerah, data statistik, dan dokumen terkait pengembangan pariwisata maupun UMKM. Data primer diperoleh melalui wawancara awal, diskusi kelompok terarah, serta komunikasi dengan pelaku usaha, aparatur desa, dan pemerintah kecamatan. Tahap ini juga mencakup pemetaan pemangku kepentingan, koordinasi mitra, dan penyusunan materi pelatihan berbasis kebutuhan lokal.

2. Pelatihan partisipatif.

Pelatihan dilaksanakan dalam bentuk workshop intensif dengan perpaduan pemaparan materi, diskusi interaktif, studi kasus, dan praktik langsung. Materi mencakup prinsip dasar manajemen usaha, pengelolaan modal kerja, perencanaan dan penganggaran, pencatatan transaksi, pembukuan sederhana, analisis laba-rugi, pemisahan keuangan pribadi dan usaha, serta strategi pemasaran digital.

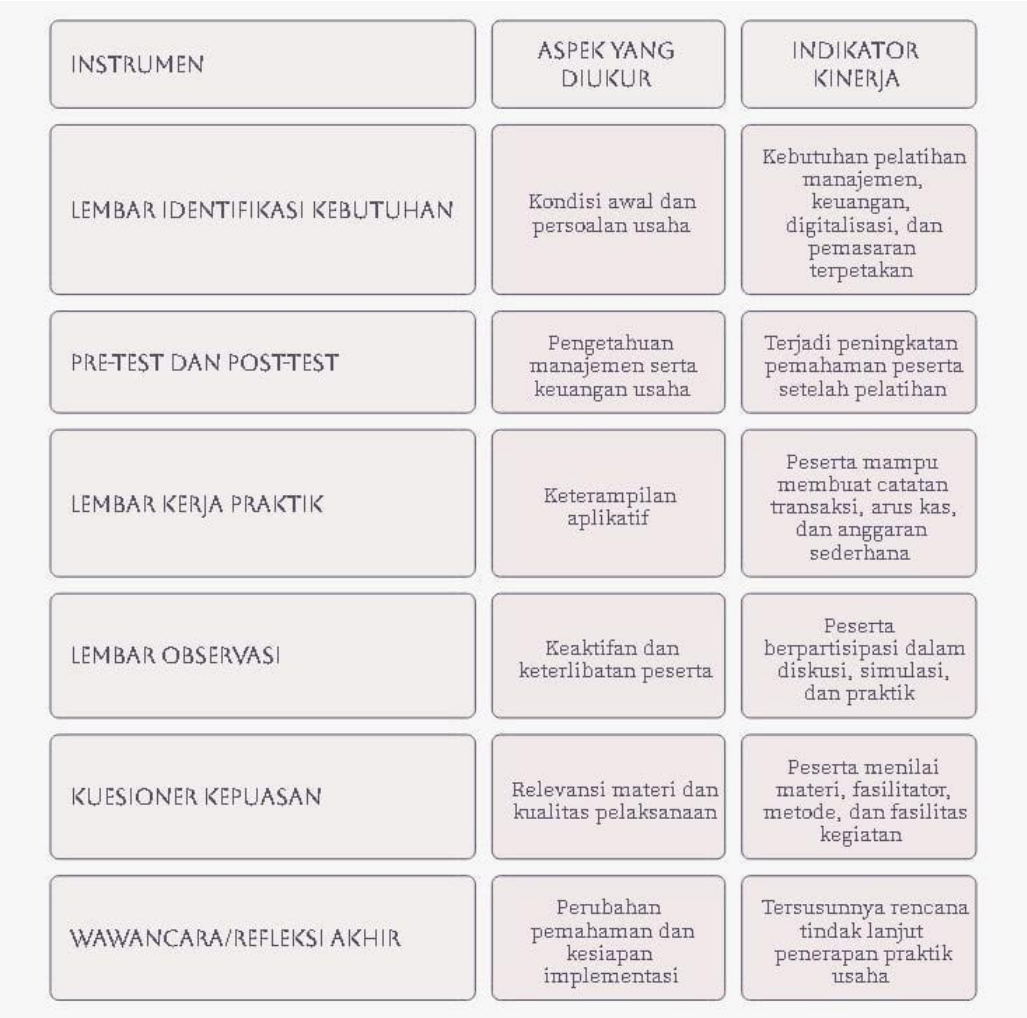
3. Praktik dan pendampingan.

Peserta mempraktikkan pencatatan transaksi, penyusunan arus kas, perencanaan anggaran, dan penggunaan aplikasi pembukuan digital. Pendampingan dilakukan melalui konsultasi, diskusi masalah usaha, pemantauan capaian pembelajaran, dan penyusunan rencana tindak lanjut. Pendampingan juga diarahkan untuk mendorong pemanfaatan media sosial, Google Business, dan kanal pemasaran digital sesuai karakteristik usaha peserta.

4. Monitoring, refleksi, dan evaluasi.

Tim melakukan observasi terhadap partisipasi peserta, penilaian atas tugas praktik, pengisian kuesioner kepuasan, serta diskusi reflektif untuk mengidentifikasi pemahaman, hambatan, dan rencana implementasi pascapelatihan. Tahap ini menjadi dasar perbaikan program dan penguatan keberlanjutan pendampingan.

Bahan pembelajaran terdiri atas modul pelatihan manajemen usaha, lembar kerja pencatatan transaksi, format arus kas, contoh anggaran usaha, format laporan laba-rugi sederhana, materi presentasi, studi kasus, serta bahan edukasi berupa leaflet dan infografis. Materi disusun dengan bahasa praktis agar dapat diterapkan oleh peserta pada usaha masing-masing sedangkan Peralatan yang digunakan meliputi Laptop, *liquid crystal display* (LCD) proyektor, layar presentasi, pengeras suara, telepon pintar peserta, jaringan internet, alat tulis, formulir kuesioner, serta lembar observasi dan penilaian praktik. Dalam sesi digitalisasi, peserta diperkenalkan pada aplikasi pencatatan keuangan digital yang mudah diakses oleh UMKM, seperti SIAPIK, Cakap, dan Lamikro, serta platform pemasaran digital berupa Instagram, Google Business, dan ShopeeFood. Instrumen kegiatan dirancang untuk mengukur proses dan hasil pelatihan. Instrumen tersebut meliputi:



Gambar 1. Indikator Kinerja Program Kegiatan

Kinerja program dinilai berdasarkan ketercapaian indikator yang telah dirancang, yaitu peningkatan pemahaman peserta mengenai manajemen dan keuangan usaha, kesiapan peserta menerapkan sistem pencatatan keuangan, kemampuan menyusun arus kas dan anggaran sederhana, serta meningkatnya minat menggunakan media digital untuk pengelolaan dan pemasaran usaha. Laporan kegiatan menetapkan target peningkatan pemahaman manajemen dan keuangan minimal 75 persen, penerapan pencatatan keuangan oleh minimal 70 persen peserta, serta potensi peningkatan omzet minimal 10 persen pada sebagian peserta setelah periode tindak lanjut. Indikator omzet tersebut diposisikan sebagai target pemantauan pascaprogram dan bukan sebagai capaian yang langsung diukur pada hari pelatihan.

Kemudian Data dikumpulkan melalui studi dokumen, wawancara, diskusi kelompok terarah, observasi kegiatan, pre-test dan post-test, penilaian tugas praktik, kuesioner kepuasan peserta, serta wawancara reflektif pada akhir kegiatan. Data kualitatif berupa hasil wawancara, observasi, diskusi, serta refleksi peserta dianalisis secara deskriptif dengan tahapan reduksi data, pengelompokan tema, penyajian temuan, dan penarikan kesimpulan. Fokus analisis diarahkan pada kebutuhan mitra, hambatan pengelolaan usaha, penerimaan terhadap materi, perubahan pemahaman peserta, dan kesiapan penerapan praktik manajemen-keuangan.

Data kuantitatif dari pre-test, post-test, penilaian praktik, dan kuesioner dianalisis secara deskriptif menggunakan nilai rata-rata, persentase, serta perbandingan hasil sebelum dan sesudah pelatihan. Perubahan pemahaman peserta dihitung dengan rumus:

$$Peningkatan = \frac{Nilai\ Posttest - Nilai\ Pretest}{Nilai\ Pretest} X\ 100\%$$

Hasil analisis kuantitatif kemudian ditriangulasikan dengan data observasi, hasil praktik, dan refleksi peserta. Triangulasi tersebut digunakan untuk memberikan gambaran yang lebih utuh mengenai efektivitas pelatihan dan pendampingan dalam meningkatkan kapasitas manajemen serta keuangan pelaku usaha wisata dan kuliner di Kecamatan Sungai Kakap.

HASIL DAN PEMBAHASAN

Pelaksanaan kegiatan pengabdian kepada masyarakat menunjukkan respons positif dari pelaku usaha wisata dan kuliner di Kecamatan Sungai Kakap. Peserta mengikuti rangkaian kegiatan secara aktif, khususnya pada sesi yang membahas pengelolaan keuangan usaha, pencatatan transaksi, pemanfaatan aplikasi pembukuan digital, dan strategi pemasaran melalui media digital. Kegiatan dirancang untuk menjawab kebutuhan mitra yang masih menghadapi keterbatasan dalam perencanaan usaha, pemisahan keuangan pribadi dan usaha, pencatatan transaksi, pengendalian biaya, serta perluasan akses pasar.

Pelaksanaan program dilaksanakan melalui tahapan persiapan dan identifikasi kebutuhan, pelatihan manajemen usaha dan keuangan, pengenalan digitalisasi bisnis, diskusi strategi pengembangan usaha, serta evaluasi dan refleksi kegiatan. Pendekatan partisipatif memungkinkan peserta menyampaikan permasalahan yang dihadapi dalam menjalankan usaha dan menghubungkan materi pelatihan dengan kondisi riil usahanya. Dengan demikian, kegiatan tidak hanya berorientasi pada penyampaian materi, tetapi juga pada penguatan kesadaran dan kesiapan peserta untuk menerapkan pengelolaan usaha yang lebih tertib serta berkelanjutan.

Sosialisasi dan Identifikasi Kebutuhan Mitra

Kegiatan diawali dengan koordinasi dan sosialisasi bersama Pemerintah Kecamatan Sungai Kakap. Tahap ini bertujuan menyampaikan tujuan program, ruang lingkup materi, bentuk keterlibatan peserta, serta manfaat yang diharapkan dari kegiatan. Sosialisasi juga menjadi media untuk membangun kesamaan persepsi antara tim pelaksana, pemerintah kecamatan, dan pelaku usaha mengenai urgensi penguatan kapasitas manajemen bisnis bagi UMKM sektor wisata dan kuliner.

Pada tahap identifikasi kebutuhan, pelaku usaha menyampaikan sejumlah permasalahan utama, antara lain belum tertibnya administrasi usaha, kesulitan memisahkan keuangan pribadi dengan keuangan usaha, belum rutin melakukan pencatatan transaksi, keterbatasan pemahaman mengenai perencanaan anggaran dan arus kas, serta belum optimalnya pemanfaatan media digital untuk pemasaran. Temuan tersebut menjadi dasar penyusunan materi pelatihan yang lebih kontekstual dan sesuai dengan kebutuhan mitra.

Respons peserta terhadap tahap sosialisasi dan diskusi awal tergolong baik. Peserta menunjukkan antusiasme dengan mengemukakan pengalaman dalam mengelola usaha kuliner, pengolahan hasil perikanan, dan usaha terkait pariwisata lokal. Keterlibatan ini penting karena memperkuat pendekatan *Participatory Action Research* yang menempatkan pelaku usaha sebagai subjek pembelajaran sekaligus mitra dalam merumuskan solusi pengembangan usaha.

Pelaksanaan Workshop Penguatan Manajemen dan Digitalisasi Usaha

Tahap utama kegiatan adalah pelatihan manajemen usaha dan pengelolaan keuangan. Materi diberikan melalui metode pemaparan, diskusi interaktif, studi kasus, dan praktik sederhana. Pokok materi mencakup prinsip dasar manajemen usaha, perencanaan usaha, pengelolaan modal kerja, pencatatan transaksi harian, penyusunan arus kas, penganggaran, analisis laba-rugi, serta pemisahan keuangan pribadi dan usaha.

Tahapan Pelatihan terdiri atas pelaksanaan workshop yang dibagi atas berbagai sesi utama. Sesi pertama disampaikan oleh Hasanudin, S.E., M.M., dengan fokus pada transformasi digital dalam manajemen bisnis. Materi menekankan pentingnya adaptasi UMKM terhadap perkembangan teknologi, terutama dalam pencatatan transaksi, pengelolaan data usaha, dan perluasan akses pasar. Peserta diperkenalkan pada aplikasi pencatatan keuangan digital yang mudah diakses oleh UMKM, seperti SIAPIK, Cakap, dan Lamikro. Pengenalan aplikasi tersebut diarahkan untuk membantu peserta membangun kebiasaan pencatatan transaksi yang lebih teratur, memantau arus kas, dan memperoleh informasi sederhana mengenai kondisi keuangan usahanya.



Gambar 2. Pelatihan Manajemen Usaha dan Keuangan

Sesi kedua disampaikan oleh Ariefanda Iqbal Perdhana, S.E., M.Ak., mengenai tata kelola keuangan usaha secara profesional. Materi difokuskan pada pemisahan keuangan pribadi dan keuangan usaha, pencatatan transaksi harian, pengelompokan biaya, penyusunan arus kas, serta pembuatan laporan keuangan sederhana. Dalam sesi ini, peserta diajak memahami bahwa pencatatan keuangan bukan hanya kebutuhan administratif, tetapi juga dasar pengambilan keputusan usaha. Informasi mengenai pendapatan, biaya, modal, dan arus kas diperlukan untuk membantu pelaku usaha menetapkan harga jual, mengendalikan biaya operasional, serta mengukur perkembangan usaha secara periodik.

Pelatihan menekankan bahwa pencatatan keuangan merupakan kebutuhan mendasar dalam pengelolaan usaha. Peserta diperkenalkan pada cara mencatat pemasukan dan pengeluaran, mengidentifikasi biaya usaha, serta menyusun ringkasan kondisi kas secara sederhana. Hal tersebut ditujukan agar peserta memahami bahwa keputusan usaha, seperti pembelian bahan baku, penentuan harga jual, penggunaan keuntungan, dan perencanaan pengembangan usaha, perlu didasarkan pada informasi keuangan yang tersedia.

Selama diskusi, peserta menunjukkan pemahaman yang lebih baik mengenai konsekuensi pencampuran keuangan pribadi dan usaha. Sebelum kegiatan, pengelolaan keuangan pada sebagian usaha masih dilakukan secara informal dan tidak terdokumentasi

dengan sistematis. Setelah pelatihan, peserta memahami bahwa pemisahan keuangan diperlukan untuk mengetahui kemampuan usaha menghasilkan keuntungan, mengendalikan biaya, serta menentukan kebutuhan modal kerja secara lebih rasional. (Nainggolan et al., 2024)

Temuan tersebut relevan dengan (Aning Fitriana et al., 2022; Tyas et al., 2023) yang menunjukkan bahwa pelatihan manajemen keuangan berperan dalam pemberdayaan UMKM melalui peningkatan pemahaman pengelolaan usaha. Demikian pula, (Nopriyanto, 2024) menekankan bahwa pelatihan pengelolaan keuangan dapat membantu pelaku UMKM meningkatkan kemampuan pencatatan, perencanaan, dan pengambilan keputusan usaha. Dalam kegiatan ini, pembelajaran dilakukan melalui contoh persoalan usaha sehari-hari agar materi dapat diterapkan oleh peserta sesuai skala dan karakteristik usahanya.



Gambar 3. Diskusi interaktif dan refleksi

Sesi ketiga disampaikan oleh M. Irfani Hendri, S.E., M.Si., dengan fokus pada pengembangan usaha dan strategi akses pasar digital. Materi ini melanjutkan pembahasan digitalisasi dengan menitikberatkan pada cara pelaku UMKM memanfaatkan kanal digital secara strategis untuk mengenalkan produk, membangun hubungan dengan konsumen, serta meningkatkan jangkauan pasar. Peserta diajak mengidentifikasi keunggulan produk wisata, kuliner, dan olahan hasil perikanan yang dimiliki agar dapat dikomunikasikan secara lebih menarik kepada konsumen. Materi pengembangan usaha mencakup pengenalan target pasar, penyusunan nilai unggul produk, pemilihan kanal promosi digital, penyajian informasi produk, penggunaan foto dan deskripsi produk yang menarik, serta pentingnya konsistensi dalam membangun identitas usaha. Dalam sesi ini juga dibahas pemanfaatan media sosial, WhatsApp Business, Google Business, dan platform pemesanan makanan sebagai alternatif kanal promosi serta komunikasi dengan pelanggan. Peserta didorong untuk tidak hanya mengunggah produk secara sporadis, tetapi menyusun promosi yang terencana, sesuai dengan karakteristik pelanggan, kapasitas produksi, dan ketersediaan produk.

Pemaparan juga menjelaskan bahwa strategi pemasaran digital perlu diikuti dengan kesiapan pelayanan, kualitas produk, respons yang cepat kepada pelanggan, serta kemampuan menjaga kepercayaan konsumen. Penggunaan WhatsApp Business, misalnya, dapat membantu pelaku UMKM mengelola katalog produk, menyampaikan informasi harga, menerima pesanan, dan mempertahankan komunikasi dengan pelanggan secara lebih tertata. Penelitian mengenai pemanfaatan WhatsApp Business dalam

pemasaran digital UMKM menunjukkan bahwa aplikasi tersebut dapat menjadi media pemasaran yang relevan bagi pelaku usaha kecil untuk memperluas komunikasi dan promosi kepada pelanggan (Asmayanti et al., 2022).

Pada sesi keempat, Juanda Astarani, S.E., M.Sc., CSRS, menyampaikan materi mengenai perencanaan usaha, penganggaran, pengelolaan modal kerja, dan pengendalian biaya. Materi ini ditempatkan sebagai penghubung antara pencatatan keuangan dan pengembangan usaha. Setelah peserta memahami cara mencatat transaksi serta menyusun informasi keuangan sederhana, peserta perlu dibekali kemampuan untuk menggunakan informasi tersebut dalam merencanakan kegiatan usaha secara lebih terarah. Peserta diarahkan untuk mengidentifikasi kebutuhan usaha yang paling mendesak, menentukan prioritas penggunaan modal, serta menyusun rencana pengembangan sesuai kemampuan dan skala usahanya. Dalam konteks UMKM wisata dan kuliner, rencana usaha dapat berupa pengadaan bahan baku, pengembangan variasi produk, perbaikan kemasan, penambahan peralatan.

Sesi kelima disampaikan oleh Yanto, S.E., M.Sc., dengan fokus pada penguatan kolaborasi antara pelaku usaha, pemerintah, akademisi, dan komunitas. Materi ini menekankan bahwa pengembangan UMKM tidak dapat dilakukan secara individual, terutama bagi usaha wisata, kuliner, dan olahan hasil perikanan yang sangat dipengaruhi oleh akses pasar, informasi, promosi kawasan, pembinaan, perizinan, dan dukungan infrastruktur, pentingnya membangun jejaring usaha sebagai sumber informasi, peluang pasar, kerja sama promosi, pengadaan bahan baku, dan peningkatan kapasitas. Pelaku usaha dapat membangun kerja sama antarpelaku UMKM melalui promosi bersama, paket produk, berbagi informasi pemasok, maupun kegiatan bazar dan pameran. Dalam sektor wisata dan kuliner, kolaborasi dapat diwujudkan melalui penyusunan paket wisata lokal yang menghubungkan destinasi, produk makanan, kerajinan, pengolahan hasil perikanan, serta layanan pendukung lainnya. Oleh sebab itu, penguatan jejaring perlu dibangun melalui komunikasi rutin, kegiatan bersama, dan komitmen terhadap manfaat bersama. Studi lain mengenai pengembangan UMKM batik di Blora juga menunjukkan bahwa keterlibatan akademisi dan pemangku kepentingan pemerintah dapat mendukung diversifikasi produk, pengembangan e-commerce, dan keberlanjutan usaha.(Roswiyanti et al., 2022; Widjajanti et al., 2022)

Tabel 1. Tahapan Pelaksanaan Workshop

Narasumber	Fokus materi	Bentuk kegiatan	Luaran pembelajaran
Hasanudin, S.E., M.M.	Transformasi digital dan aplikasi pencatatan keuangan	Pemaparan, demonstrasi, dan diskusi	Peserta mengenal peran digitalisasi dan aplikasi pembukuan untuk usaha
Ariefanda Iqbal Perdhana, S.E., M.Ak.	Tata kelola keuangan usaha	Pemaparan, studi kasus, dan praktik pencatatan sederhana	Peserta memahami pemisahan keuangan, pencatatan transaksi, dan laporan sederhana
M. Irfani Hendri , SE, M.Si	Pengembangan usaha dan strategi akses pasar digital	Pemaparan, demonstrasi, dan diskusi	Peserta Memahami arah pengembangan serta strategi yang dapat diterapkan

Narasumber	Fokus materi	Bentuk kegiatan	Luaran pembelajaran
Juanda Astarani , SE, M.Sc, CSRS	Perencanaan usaha, penganggaran, modal kerja, dan pengendalian biaya	Pemaparan, dan diskusi interaktif serta praktik sederhana	Peserta mampu menyusun anggaran sederhana serta membuat rencana pengelolaan modal dan biaya usaha
Yanto, SE, M.Sc	Kolaborasi antara pelaku usaha, pemerintah, akademisi, dan komunitas	Pemaparan, dan diskusi interaktif	Peserta memahami cara membangun kolaborasi yang baik antar elemen
Tim pelaksana dan peserta	Brainstorming dan pendalaman jejaring usaha dan dinamika pasar	Diskusi interaktif dan refleksi	Peserta memahami peluang pemasaran daring dan pentingnya jejaring usaha

Sumber: Diolah dari Laporan Kegiatan

Hasil pelaksanaan menunjukkan respons positif dari peserta terhadap materi yang diberikan. Antusiasme peserta terlihat dari keterlibatan dalam diskusi, pertanyaan mengenai penggunaan aplikasi pembukuan, serta ketertarikan terhadap strategi pemasaran digital. Peserta mulai memahami bahwa digitalisasi tidak hanya berkaitan dengan promosi produk, tetapi juga dapat digunakan untuk mendukung pencatatan keuangan, pengelolaan informasi usaha, dan pengambilan keputusan yang lebih terukur. Selain itu, materi tata kelola keuangan mendorong kesadaran peserta akan pentingnya memisahkan uang pribadi dari uang usaha dan melakukan pencatatan transaksi secara konsisten.



Gambar 4. Dokumentasi Akhir Kegiatan

Secara keseluruhan, workshop memberikan dasar pengetahuan dan keterampilan awal bagi pelaku usaha untuk mengelola usaha secara lebih tertib, adaptif, dan berorientasi pada keberlanjutan. Kombinasi materi digitalisasi, manajemen keuangan, dan pengembangan pasar menjadi relevan dengan kebutuhan peserta karena ketiga aspek tersebut saling mendukung dalam meningkatkan daya saing produk lokal di Kecamatan Sungai Kakap. Namun, agar pemahaman tersebut dapat berkembang menjadi praktik yang konsisten, diperlukan pendampingan lanjutan terutama dalam penggunaan aplikasi pencatatan, penyusunan laporan keuangan sederhana, dan pengelolaan kanal pemasaran digital.

KESIMPULAN DAN SARAN

Program Pengabdian kepada Masyarakat di Kecamatan Sungai Kakap berhasil memperkuat kapasitas awal pelaku usaha wisata dan kuliner dalam aspek manajemen usaha, pengelolaan keuangan, dan pemanfaatan teknologi digital. Pelaksanaan workshop partisipatif yang memadukan pemaparan materi, diskusi, studi kasus, dan praktik pencatatan sederhana mendorong peserta memahami pentingnya pemisahan keuangan pribadi dan usaha, pencatatan transaksi harian, pengelolaan arus kas, serta pemanfaatan media dan aplikasi digital untuk mendukung administrasi maupun pemasaran. Dukungan Pemerintah Kecamatan Sungai Kakap serta keterlibatan aktif pelaku usaha menjadi faktor penting keberhasilan kegiatan, sekaligus membangun dasar kolaborasi antara masyarakat, akademisi, dan pemerintah dalam pengembangan UMKM berbasis potensi wisata serta kuliner lokal

Keberlanjutan program perlu diarahkan pada pendampingan yang lebih intensif selama 3–6 bulan agar peserta dapat menerapkan pencatatan keuangan digital secara konsisten, memperkuat pemisahan keuangan pribadi dan usaha, serta mengembangkan pemasaran digital sesuai karakteristik produknya. Pemerintah Kecamatan Sungai Kakap disarankan memfasilitasi pembentukan UMKM Development Center sebagai wadah pembinaan, konsultasi, koordinasi lintas lembaga, dan penguatan infrastruktur digital bagi usaha kecil. Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Tanjungpura dapat melanjutkan program melalui pendampingan berkala, pelibatan mahasiswa, pengembangan modul berbasis kebutuhan lokal, serta replikasi kegiatan pada wilayah lain. Langkah-langkah tersebut penting untuk mengubah peningkatan pemahaman peserta menjadi praktik manajemen usaha yang berkelanjutan dan berdampak pada daya saing ekonomi lokal.

UCAPAN TERIMA KASIH

Penulis mengucapkan terima kasih kepada pihak yang telah memberi dukungan financial terhadap pelaksanaan kegiatan ini.

DAFTAR PUSTAKA

Affandi, Y., Ridhwan, M. M., Trinugroho, I., & Hermawan Adiwibowo, D. (2024). Digital adoption, business performance, and financial literacy in ultra-micro, micro, and small enterprises in Indonesia. *Research in International Business and Finance*, *70*, 102376. https://doi.org/10.1016/J.RIBAF.2024.102376

Aning Fitriana, Reza Rahmadi Hasibuan, Karunia Zuraidaning Tyas, & Dyah Supriatin. (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

Asmayanti, Syam, A., Sikar, M. A., Mamma, B. B., Sudarmi, & Oktaviyah, N. (2022). WhatsApp Business Application as a Digital Marketing Strategy of UMKM. *Proceedings of the International Conference on Social, Economics, Business, and Education (ICSEBE 2021)*, *205*, 112–116. https://doi.org/10.2991/AEBMR.K.220107.022

BAB 7 BSPI 2030: STRATEGI MEMPERKUAT TRANSFORMASI DIGITAL NASIONAL. (n.d.).

Nainggolan, S. P., Zed, E. Z., & Halima, H. (2024). Pemberdayaan Warung Kecil Melalui Pelatihan Pengelolaan Keuangan dan Pemasaran Digital di Desa Jayamukti. *Kegiatan Positif : Jurnal Hasil Karya Pengabdian Masyarakat*, *2*(4), 153–157. https://doi.org/10.61132/KEGIATANPOSITIF.V2I4.1434

Nopriyanto, A. (2024). OPTIMALISASI POTENSI EKONOMI DESA MELALUI PROGRAM PELATIHAN KETERAMPILAN KERAJINAN TANGAN DI WILAYAH X. *Journal of Community Service*, *6*(1), 211–224. https://doi.org/10.56670/JCS.V6I1.236

Roswiyanti, Alam, S., Asdar, M., Kadir, N., & Sri Awaluddin, P. (2022). The Effect of Knowledge Sharing, Competitive Advantage Strategy Implementation on Employee Performance (Case Study at "SARI" Cokroaminoto Makassar Foundation). *Advances in Economics, Business and Management Research*, *205*, 104.

Survei Nasional Literasi dan Inklusi Keuangan (SNLIK) 2024. (n.d.). Retrieved October 2, 2026, from https://ojk.go.id/id/berita-dan-kegiatan/publikasi/Pages/Survei-Nasional-Literasi-dan-Inklusi-Keuangan-(SNLIK)-2024.aspx

Trinugroho, I., Pamungkas, P., Wiwoho, J., Damayanti, S. M., & Pramono, T. (2022). Adoption of digital technologies for micro and small business in Indonesia. *Finance Research Letters*, *45*, 102156. https://doi.org/10.1016/J.FRL.2021.102156

Tyas, K. Z., Fitriana, A., Supriatin, D., & Wirawan, N. B. (2023). PELATIHAN MANAJEMEN KEUANGAN BAGI PELAKU UMKM PASCA PANDEMI COVID 19. *Jurnal Umum Pengabdian Masyarakat*, *2*(1), 1–5. https://doi.org/10.58290/JUPEMAS.V2I1.75

Widjajanti, K., Prihantini, F. N., & Wijayanti, R. (2022). Sustainable Development of Business with Canvas Business Model Approach: Empirical Study on MSMEs Batik Blora, Indonesia. *International Journal of Sustainable Development and Planning*, *17*(3), 1025–1032. https://doi.org/10.18280/IJSDP.170334