

PENINGKATAN KAPASITAS PENGELOLAAN USAHA MIKRO RITEL MELALUI EDUKASI MANAJEMEN KEUANGAN SEDERHANA DI KELURAHAN PASIRLUYU

Renny Sunarny¹, Agnes Alzena Syafitri², Yuki Hidayat Kusdinar³

Departemen Manajemen Ritel^{1,2,3}

Universitas Teknologi Bandung, Jl Soekarno Hatta No. 378, Kota Bandung^{1,2,3}

rennysunarny@utb-univ.ac.id¹, agnes@utb-univ.ac.id², yukihidayatkusdinar@utb-univ.ac.id³

Abstrak

Program pengabdian kepada masyarakat ini bertujuan untuk meningkatkan literasi manajemen keuangan dan keterampilan pemasaran digital bagi pelaku UMKM ritel di Kelurahan Pasirluyu, Kota Bandung. Kegiatan dilatarbelakangi oleh rendahnya pencatatan keuangan dan minimnya pemanfaatan teknologi digital seperti WhatsApp Business dalam operasional usaha mikro. Kegiatan dilaksanakan melalui pelatihan partisipatif dengan pendekatan edukatif-praktis yang menggabungkan sesi teori, simulasi, dan pendampingan teknis. Materi pelatihan mencakup pencatatan arus kas harian, pemisahan keuangan pribadi dan usaha, perhitungan laba-rugi sederhana, serta penggunaan fitur katalog dan promosi produk di WhatsApp Business. Berdasarkan hasil pre-test dan post-test, terjadi peningkatan signifikan dalam pemahaman peserta terhadap konsep dasar manajemen keuangan dan pemasaran digital. Seluruh peserta mengaku mampu menyusun catatan kas sederhana dan 89% berhasil mengaktifkan serta mengoptimalkan akun WhatsApp Business untuk usahanya. Pendampingan lapangan menunjukkan bahwa peserta mulai menerapkan pencatatan harian dan memperbarui katalog digital secara mandiri. Respon peserta sangat positif, mereka menilai pelatihan mudah dipahami, aplikatif, dan relevan dengan kebutuhan mereka. Program ini juga memberikan pengalaman langsung bagi mahasiswa dalam proses pemberdayaan masyarakat. Hasil kegiatan menunjukkan bahwa pelatihan singkat yang disesuaikan dengan kondisi lokal mampu meningkatkan kapasitas pelaku UMKM dalam aspek keuangan dan digitalisasi usaha. Kegiatan ini berpotensi untuk direplikasi di wilayah lain guna memperluas dampak pemberdayaan ekonomi berbasis potensi lokal.

Kata kunci: UMKM, manajemen keuangan, pemasaran digital, edukasi masyarakat, pemberdayaan ekonomi.

Abstract

This community service program aims to enhance financial literacy and digital marketing skills among micro retail business actors in Pasirluyu Subdistrict, Bandung City. The program was initiated due to the lack of financial recordkeeping and the limited use of digital tools such as WhatsApp Business in the daily operations of micro-enterprises. The activity was carried out through participatory training using an educational and practical approach that combined theoretical sessions, simulations, and technical assistance. Training materials included cash flow recording, separation of personal and business finances, basic profit-loss calculation, and the use of product catalog and promotional features on WhatsApp Business. Based on the results of pre-tests and post-tests, there was a significant improvement in participants' understanding of basic financial management and digital marketing concepts. All participants reported being able to create simple cash records, and 89% successfully activated and optimized their WhatsApp Business accounts for their businesses. Field mentoring showed that participants began independently applying daily financial recording and updating their digital catalogs. Participant responses were highly positive, noting that the training was easy to understand, practical, and relevant to their

needs. This program also provided hands-on experience for university students involved in community empowerment processes. The results demonstrate that short, locally tailored training sessions can effectively increase the capacity of micro business actors in financial and digital aspects. This initiative has the potential to be replicated in other areas to expand the impact of local potential-based economic empowerment.

Keywords: MSME, financial management, digital promotion, community education, economic empowerment.

I. PENDAHULUAN

Usaha mikro ritel adalah kegiatan menjual barang secara eceran dalam skala kecil melalui berbagai jenis gerai seperti kios, gerobak, lapak kaki lima dan toko daring [1]. Usaha mikro ritel merupakan bagian dari UMKM yang memiliki peran penting dalam perekonomian individu, keluarga, lokal maupun nasional. Hal tersebut dikarenakan UMKM dapat menciptakan lapangan kerja, mengurangi kemiskinan, dan mendorong pertumbuhan ekonomi yang inklusif [2][3].

Dalam praktiknya, banyak pelaku UMKM ritel masih menjalankan usahanya secara konvensional dengan pengelolaan yang sederhana, bahkan cenderung tanpa pencatatan keuangan yang sistematis. Literasi keuangan yang rendah menyebabkan pelaku usaha tidak mampu membuat perencanaan keuangan, menghitung keuntungan secara tepat, atau memisahkan dana pribadi dan usaha. Akibatnya, banyak UMKM mengalami stagnasi dan tidak mampu bersaing dalam jangka panjang [4].

Selain itu, keterbatasan pemanfaatan teknologi digital juga menjadi kendala signifikan. Hal ini dapat dilihat dari masih banyaknya pelaku usaha yang belum mengenal atau terbiasa menggunakan teknologi digital seperti WhatsApp Business sebagai media promosi, komunikasi pelanggan, dan katalog produk digital. Rendahnya adopsi teknologi keuangan juga berimplikasi pada kurangnya transparansi keuangan, lambatnya arus informasi, dan terbatasnya akses pasar yang lebih luas [5].

Melihat berbagai tantangan tersebut, tim dosen dan mahasiswa dari Universitas Teknologi Bandung menyelenggarakan program pengabdian kepada masyarakat yang difokuskan pada pemberian edukasi tentang manajemen keuangan sederhana serta pemasaran digital berbasis aplikasi WhatsApp Business. Kegiatan ini dirancang untuk membantu pelaku usaha mikro ritel, khususnya di Kelurahan Pasirluyu, Kota Bandung, dalam meningkatkan kapasitas manajerial dan keterampilan digital secara praktis dan aplikatif.

Materi yang disampaikan dalam pelatihan meliputi pemahaman dasar tentang pencatatan arus kas, pemisahan keuangan pribadi dan usaha, perhitungan laba-rugi sederhana, serta teknik membuat katalog dan promosi produk melalui WhatsApp Business. Pelatihan dilakukan dengan pendekatan interaktif-partisipatif agar peserta tidak hanya memahami teori tetapi juga langsung mempraktikkannya. Adapun tujuan dari kegiatan ini yaitu meningkatkan pemahaman dasar manajemen keuangan usaha bagi pelaku UMKM ritel, mendorong pelaku usaha menerapkan pencatatan keuangan yang sederhana dan rutin, memperkenalkan strategi pemasaran digital dengan pendekatan yang murah dan efektif, meningkatkan kepercayaan diri pelaku usaha dalam mengembangkan bisnisnya secara mandiri dan berkelanjutan.

Hasil dari pelaksanaan kegiatan menunjukkan adanya peningkatan signifikan dalam pemahaman dan keterampilan peserta. Berdasarkan evaluasi pre-test dan post-test, seluruh peserta mengalami peningkatan skor pemahaman terhadap konsep dasar arus kas, pencatatan transaksi, dan penggunaan fitur WhatsApp Business. Sebanyak 100% peserta mengaku mampu menyusun catatan kas harian sederhana setelah pelatihan, dan 89% peserta telah berhasil mengaktifkan akun WhatsApp Business serta menyusun katalog produk digital. Selain itu, para peserta juga menunjukkan antusiasme tinggi untuk melanjutkan praktik pencatatan keuangan dan memanfaatkan fitur digital secara konsisten dalam operasional usahanya.

Manfaat kegiatan ini diharapkan tidak hanya dirasakan oleh masyarakat sasaran secara langsung, tetapi juga memberikan pengalaman nyata bagi mahasiswa sebagai agen perubahan yang

terlibat dalam proses pemberdayaan komunitas. Kegiatan ini juga menjadi salah satu bentuk nyata kolaborasi antara dunia akademik dan masyarakat dalam mewujudkan pembangunan ekonomi berbasis potensi lokal.

II. METODE PELAKSANAAN

1. Subjek dan Lokasi Kegiatan

Kegiatan ini dilaksanakan pada hari Minggu, tanggal 6 Juli 2025 bertempat di Aula Kelurahan Pasirluyu, Kecamatan Regol, Kota Bandung. Peserta kegiatan terdiri atas 18 pelaku UMKM yang merupakan warga RW 07 Kelurahan Pasirluyu. Jenis usaha yang mereka jalankan meliputi warung sembako, usaha makanan rumahan, dan usaha ritel kecil lainnya. Adapun karakteristik umum dari peserta sasaran adalah sebagai berikut :

- Merupakan warga aktif yang berdomisili dan memiliki usaha rumahan di lingkungan RT/RW Kelurahan Pasirluyu.
- Mayoritas belum pernah mengikuti pelatihan formal terkait manajemen keuangan atau pemasaran digital.
- Memiliki usaha yang sudah berjalan minimal 6 bulan, namun belum tertata secara administratif, khususnya dalam hal pencatatan keuangan dan strategi promosi.
- Mengelola usaha secara mandiri, tanpa tenaga administrasi atau staf khusus, sehingga sangat membutuhkan edukasi praktis yang bisa langsung diterapkan.

2. Bentuk dan Rangkaian Kegiatan

Pelaksanaan kegiatan Pengabdian Kepada Masyarakat ini menggunakan bentuk pendekatan partisipatif dan edukatif yang dirancang agar sesuai dengan karakteristik pelaku UMKM ritel di Kelurahan Pasirluyu. Selain itu, metode yang digunakan bersifat kombinitif yang menggabungkan penyampaian materi secara teoritis dengan praktik langsung melalui simulasi sederhana. Penggunaan metode ini bertujuan adalah untuk memastikan bahwa peserta tidak hanya memahami secara konsep, tetapi juga mampu mengaplikasikan materi secara mandiri dalam kegiatan usaha sehari-hari. Dengan metode gabungan ini, kegiatan tidak hanya bersifat satu arah, melainkan bersifat praktis, komunikatif, dan aplikatif, sesuai dengan kebutuhan dan kemampuan para pelaku usaha mikro ritel. Materi disampaikan oleh tim dosen dan dibantu oleh mahasiswa sebagai fasilitator pendamping. Kegiatan berlangsung selama tiga jam dan dalam rangkaian kegiatan tersebut terdiri atas dua sesi utama, yaitu :

Sesi I : Manajemen Keuangan Sederhana

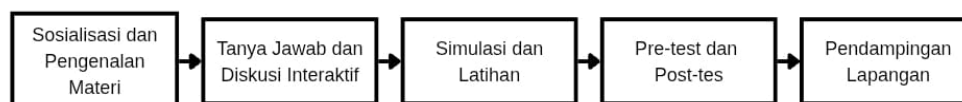
- Pengenalan literasi keuangan
- Pencatatan transaksi harian
- Simulasi arus kas dan perhitungan laba-rugi sederhana

Sesi II : Pemasaran Digital Menggunakan WhatsApp Business

- Penggunaan fitur katalog produk
- Pembuatan akun WhatsApp Business
- Praktik mengunggah foto dan deskripsi produk

Setelah sesi pelatihan, dilakukan sesi diskusi tanya jawab serta pembagian lembar evaluasi pre-test dan post-test kepada peserta untuk mengetahui peningkatan pemahaman mereka terhadap materi yang telah disampaikan.

3. Pelaksanaan Kegiatan



Gambar 1. Diagram Alur Pelaksanaan Kegiatan

- a. Sosialisasi & Pengenalan Materi (*Lecturing Method*). Materi diberikan melalui presentasi langsung oleh narasumber dengan menggunakan bantuan media visual. Media visual yang dipakai adalah Power Point dan proyektor. Sesi ini digunakan untuk menjelaskan konsep dasar pencatatan keuangan, pentingnya memisahkan keuangan pribadi dan usaha, serta pengenalan pemasaran digital sederhana untuk UMKM.
- b. Tanya Jawab dan Diskusi Interaktif (*Discussion Method*). Dalam setiap sesi materi, dibuka ruang dan waktu untuk peserta bertanya atau berdiskusi mengenai materi yang disampaikan. Selain itu, peserta juga dapat bertanya dan berdiskusi mengenai permasalahan yang mereka alami dalam mengelola usaha. Diskusi ini menjadi ruang untuk saling berbagi pengalaman sekaligus memperkuat pemahaman peserta terhadap materi yang telah disampaikan.
- c. Simulasi & Latihan (*Simulation Method*). Peserta diberikan latihan langsung berupa cara mengisi catatan arus kas harian dan laporan laba rugi sederhana. Selain itu, peserta diberikan pelatihan dalam membuat dan menggunakan WhatsApp Business beserta fitur – fiturnya seperti katalog produk. Praktik ini dibimbing oleh narasumber dan didampingi oleh tim mahasiswa yang bertugas memberikan asistensi teknis secara langsung kepada peserta.
- d. Pendampingan Lapangan (*Monitoring & Evaluation*). Setelah kegiatan *workshop* selesai, tim mahasiswa melakukan kunjungan langsung ke salah satu usaha peserta (Alena Dimsum). Kunjungan ini dilakukan dengan tujuan untuk memonitoring dan melakukan evaluasi dampak awal dari kegiatan. Dalam kunjungan tersebut dilakukan pendampingan pembuatan akun WhatsApp Business serta pelatihan teknis tentang katalog digital dan konten promosi.
- e. Pre-test dan Post-test (*Assessment Method*). Sebelum dan sesudah kegiatan, peserta mengisi formulir pre-test dan post-test. Pengisian formulir tersebut ditujukan untuk mengetahui peningkatan pemahaman peserta terhadap manajemen keuangan sederhana dan pemasaran digital. Hal ini juga digunakan sebagai alat evaluasi efektivitas kegiatan.

III. HASIL PELAKSANAAN

Pelaksanaan kegiatan edukasi manajemen keuangan sederhana dan pemasaran digital untuk UMKM ritel di Kelurahan Pasirluyu berlangsung lancar dan mendapatkan sambutan positif dari peserta. Kegiatan ini diawali dengan sambutan dari perwakilan kelurahan dan dosen pembimbing, yang menekankan pentingnya pengelolaan usaha yang baik dan adaptasi teknologi digital bagi keberlanjutan UMKM. Sebelum dimulainya sesi pelatihan, peserta diminta untuk mengisi pre-test sebagai bentuk evaluasi awal pemahaman mereka terkait pengelolaan keuangan usaha dan pemanfaatan teknologi pemasaran digital. Pre-test disusun dalam bentuk pertanyaan pilihan ganda sederhana yang mencakup pemahaman tentang arus kas, pemisahan keuangan pribadi dan usaha, serta pengetahuan dasar mengenai WhatsApp Business. Selanjutnya, pelatihan dimulai dengan sesi penyampaian materi oleh tim dosen. Materi disampaikan secara interaktif dengan contoh-contoh praktis yang mudah dipahami oleh peserta.



Gambar 2. Penyampaian Materi Sesi I : Manajemen Keuangan Sederhana



Gambar 3. Penyampaian Materi Sesi II : Pemasaran Digital Menggunakan Whatsapp Business

Pada sesi simulasi pencatatan keuangan, peserta dibagi menjadi kelompok kecil dan diminta mencatat transaksi harian menggunakan format lembar kerja sederhana. Mahasiswa bertugas mendampingi peserta satu per satu agar mereka dapat memahami alur pencatatan dan cara menyusun laporan keuangan dasar. Kegiatan ini sekaligus menjadi ajang praktik langsung bagi peserta yang selama ini belum pernah melakukan pencatatan usaha.



Gambar 4. Pendampingan Peserta oleh Mahasiswa

Selanjutnya, peserta diperkenalkan dengan fitur-fitur WhatsApp Business. Peserta diajarkan membuat akun bisnis, mengatur jam operasional, membuat katalog produk, dan memanfaatkan fitur balasan cepat untuk layanan pelanggan. Kegiatan ini dipandu langsung oleh tim fasilitator dan peserta diminta mempraktikkannya menggunakan ponsel mereka masing-masing. Sebelum menutup kegiatan pelatihan, peserta kembali diminta mengisi post-test dengan format pertanyaan yang serupa. Post-test bertujuan untuk mengukur sejauh mana peningkatan pemahaman peserta terhadap materi yang telah disampaikan selama sesi pelatihan. Perbandingan hasil pre-test dan post-test menunjukkan peningkatan skor yang signifikan pada hampir seluruh peserta. Hal ini menandakan bahwa metode penyampaian materi yang digunakan efektif dalam membantu peserta memahami dan menguasai konsep-konsep dasar manajemen keuangan dan pemasaran digital. Analisis data hasil pre-test dan post-test juga digunakan sebagai dasar untuk mengevaluasi keberhasilan kegiatan secara keseluruhan. Dari hasil sesi diskusi dengan peserta, sebagian besar menyampaikan bahwa pelatihan ini sangat bermanfaat dan mudah dipahami. Mereka juga berharap kegiatan seperti ini dapat dilanjutkan dengan topik-topik lanjutan seperti perizinan usaha, branding produk, dan akses permodalan.



Gambar 5. Sesi Diskusi dengan Peserta

Selain pelatihan, kegiatan juga mencakup sesi monitoring dan evaluasi (monev) lapangan. Monev dilakukan dengan mengunjungi tempat usaha beberapa peserta, seperti warung sembako dan usaha kuliner rumahan. Dalam kegiatan monev ini, tim mahasiswa mendampingi peserta untuk menerapkan hasil pelatihan secara langsung, seperti menyusun catatan kas harian di buku tulis atau spreadsheet, serta memperbarui katalog produk di aplikasi WhatsApp Business.



Gambar 6. Kegiatan MONEV

Sebagai penutup kegiatan, dilakukan sesi foto bersama antara peserta, tim dosen, mahasiswa, dan perwakilan kelurahan. Foto bersama ini menjadi simbol kolaborasi dan semangat kebersamaan dalam upaya peningkatan kapasitas UMKM ritel. Selain itu, sebagai bentuk apresiasi dan penguatan hubungan kelembagaan, tim pelaksana juga menyerahkan plakat penghargaan kepada pihak Kelurahan Pasirluyu sebagai mitra yang telah mendukung penuh pelaksanaan kegiatan. Momen ini didokumentasikan sebagai bagian dari bukti sinergi antara institusi pendidikan dan pemerintah lokal dalam mendukung pemberdayaan ekonomi masyarakat.



Gambar 7. Foto Bersama



Gambar 8. Penyerahan Plakat

1. Analisis Kuantitatif Pre-Test

TABEL I
HASIL PRE-TEST DAN KUESIONER AWAL

No	Indikator Penilaian	Jumlah Peserta
1	Peserta yang belum terbiasa mencatat pemasukan dan pengeluaran usaha.	8
2	Peserta yang belum tahu cara menghitung keuntungan usaha secara sederhana.	7
3	Peserta yang masih mencampur uang pribadi dengan uang usaha.	8
4	Peserta yang belum pernah menggunakan WhatsApp Business atau katalog digital untuk promosi.	17
5	Peserta yang belum pernah mendapatkan pelatihan keuangan atau pemasaran sebelumnya.	15
6	Usaha sudah berjalan lebih dari 1 Tahun tetapi belum ada sistem manajemen sederhana yang diterapkan.	Mayoritas

Hasil pre-test pada tabel diatas menunjukkan bahwa sebagian besar peserta UMKM masih memiliki keterbatasan dalam pencatatan keuangan, perhitungan laba dan pemisahan keuangan pribadi dengan usaha. Selain itu, hampir seluruh peserta belum pernah menggunakan media digital seperti WhatsApp Business untuk promosi usaha. Mayoritas juga belum pernah mengikuti pelatihan keuangan atau pemasaran sebelumnya, meskipun usahanya sudah berjalan lebih dari satu tahun. Temuan ini menunjukkan bahwa peserta sangat membutuhkan pelatihan dasar yang aplikatif untuk meningkatkan literasi keuangan dan kemampuan pemasaran digital.

2. Analisis Kuantitatif dan Post-Test

TABEL II
HASIL POST-TEST DAN KUESIONER AKHIR

No	Indikator Penilaian	Jumlah Peserta	Persentase (%)
1	Peserta memahami manfaat pencatatan keuangan usaha.	18	100
2	Peserta memahami contoh pengeluaran usaha.	18	100
3	Peserta memahami cara menghitung laba usaha.	15	83
4	Peserta mengetahui bahwa WhatsApp Business bisa digunakan untuk promosi digital.	16	89
5	Peserta merasa lebih paham dan terbantu setelah pelatihan berlangsung.	18	100
6	Peserta merasa lebih paham dan terbantu setelah pelatihan berlangsung.	18	100
7	Peserta menyatakan materi mudah dipahami dan fasilitas sangat membantu.	18	100

Hasil post-test pada tabel diatas menunjukkan peningkatan signifikan dalam pemahaman peserta terhadap materi pelatihan. Seluruh peserta memahami manfaat pencatatan keuangan dan contoh pengeluaran usaha, serta menyatakan materi mudah dipahami dan sangat membantu. Sebanyak 83% peserta mampu menghitung laba usaha secara sederhana, dan 89% mengetahui fungsi WhatsApp Business untuk promosi digital. Seluruh peserta siap menerapkan pencatatan keuangan secara mandiri, bahkan beberapa mengusulkan agar

kegiatan serupa dilanjutkan dengan materi yang lebih luas seperti legalitas dan strategi pemasaran lanjutan.

3. Analisis Kualitatif (Observasi & Diskusi Peserta)

Dari hasil diskusi dan tanggapan peserta, diketahui bahwa sebagian besar peserta belum pernah mencatat keuangan usahanya secara rutin. Mereka mengaku baru menyadari pentingnya pencatatan harian setelah mengikuti pelatihan. Selain itu, banyak peserta belum mengenal fitur WhatsApp Business dan katalog digital sebelumnya. Namun setelah praktik, mereka merasa tertarik untuk mencoba dan beberapa peserta sudah mulai menyusun rencana mencatat keuangan secara mandiri dan konsisten.

4. Kunjungan Lapangan Mahasiswa (MONEV) ke UMKM Lokal

Sebagai bagian dari upaya monitoring dan evaluasi (MONEV) lanjutan pasca kegiatan *workshop*, tim mahasiswa melakukan kunjungan langsung ke salah satu pelaku UMKM peserta yaitu Alena Dimsum milik Ibu Dian Hardiani. Kunjungan ini dilakukan sehari setelah selesainya kegiatan pelatihan.

a. Profil Usaha

Alena Dimsum merupakan usaha kuliner rumahan yang bergerak di bidang makanan siap saji khas Tiongkok, terutama dimsum. Usaha ini dikelola oleh Ibu Dian Hardiani secara mandiri dari rumah, dan telah beroperasi secara aktif melayani pelanggan dari sekitar wilayah Pasirluyu dengan cita rasa lokal yang telah disesuaikan dengan selera masyarakat Bandung.

b. Kendala yang Dihadapi

Ibu Dian Hardiani menyampaikan bahwa kendala utama yang dihadapi adalah ketidakteraturan dalam manajemen usaha, terutama dalam hal:

- Pembagian waktu antara produksi, promosi, dan pencatatan.
- Belum konsisten mencatat keuangan harian.
- Kurangnya pemahaman tentang strategi pemasaran digital.
- Pendampingan yang Dilakukan oleh Mahasiswa

C. Pendampingan yang dilakukan oleh Mahasiswa :

- Membantu membuat akun WhatsApp Business.
- Mengajarkan fitur-fitur utama seperti katalog produk, balasan otomatis, label pelanggan, dan jam operasional.
- Mengenalkan berbagai platform pemasaran digital yang dapat diakses secara gratis.
- Memberikan pelatihan singkat tentang cara membuat konten promosi sederhana yang menarik.

IV. KESIMPULAN

Kegiatan pengabdian kepada masyarakat yang dilaksanakan oleh tim dosen dan mahasiswa Universitas Teknologi Bandung di Kelurahan Pasirluyu berhasil mencapai tujuan yang telah ditetapkan. Program pelatihan ini memberikan dampak positif terhadap peningkatan kapasitas pelaku UMKM dalam aspek manajemen keuangan dan pemanfaatan teknologi pemasaran digital. Berdasarkan hasil pre-test dan post-test, terlihat adanya peningkatan yang signifikan dalam pemahaman peserta terhadap pencatatan keuangan sederhana serta penggunaan WhatsApp Business sebagai media promosi.

Seluruh peserta menunjukkan antusiasme tinggi dalam mengikuti pelatihan. Hal ini tercermin dari keterlibatan aktif peserta saat sesi praktik dan diskusi, serta tindak lanjut pasca-kegiatan berupa penerapan langsung materi ke dalam kegiatan usaha mereka. Pendekatan edukatif yang interaktif, praktis, dan aplikatif terbukti mampu menjembatani kesenjangan literasi keuangan serta adopsi teknologi pada sektor UMKM mikro. Selain itu, keterlibatan mahasiswa dalam pelaksanaan kegiatan juga memberikan manfaat akademik dan sosial, khususnya dalam mengembangkan

keterampilan komunikasi, kolaborasi, serta pemahaman terhadap dinamika sosial ekonomi masyarakat.

Kegiatan ini membuktikan bahwa pelatihan singkat namun terfokus dapat menjadi alternatif yang efektif untuk memberdayakan pelaku usaha mikro. Dengan dukungan stakeholder lokal, kegiatan serupa memiliki potensi untuk direplikasi dan dikembangkan ke wilayah lain dengan karakteristik serupa.

REFERENSI

- [1] D. Meliana, J. Riswati, and D. Astuti, "Analisis Perkembangan Bisnis Ritel Di Indonesia," *Journal of Business Economics and Management*, vol. 1, no. 3, pp. 235–243, 2025.
- [2] J. M. Pedraza, "The Micro, Small, and Medium-Sized Enterprises and Its Role in the Economic Development of a Country," *Business and Management Research*, vol. 10, no. 1, p. 33, Feb. 2021, doi: 10.5430/bmr.v10n1p33.
- [3] J. Simon, F. H. Nasution, and A. Hasoloan, "IDENTIFICATION OF POTENTIAL AND DEVELOPMENT OF MEDIUM SMALL-MEDIUM ENTERPRISES (UMKM) IN CELAWAN VILLAGE, BEACH MIRROR DISTRICT, SERDANG DISTRICT, NORTH SUMATERA PROVINCE," *Dharmawangsa: International Journal of the Social Sciences, Education and Humanitis*, vol. 1, no. 3, pp. 12–26, Jul. 2020, doi: 10.46576/ijssseh.v1i3.818.
- [4] M. G. Van Niekerk and N. H. Phaladi, "Digital Financial Services: Prospects and Challenges," *Potchefstroom Electronic Law Journal*, vol. 24, pp. 1–25, Jul. 2021, doi: 10.17159/1727-3781/2021/v24i0a10744.
- [5] J. Liu, C. Ma, and P. Zhu, "Research on Optimization Strategy of Financial Management in Private Enterprises," 2020. doi: 10.2991/aebmr.k.201128.087.