



Journal Title

Peningkatan Kapasitas Pengelolaan Keuangan dan Pemasaran Digital Pada BUMDes Sumberdem Gemilang

Salsa Rahmawati Saputri^{1✉}  Trivena Gilang Permatasari²  Agung Winarno³ 
Wening Patmi Rahayu⁴ **

¹salsa.rahmawati.2504138@students.um.ac.id, ²trivena.gilang.2504138@students.um.ac.id,
³agung.winarno.fe@um.ac.id, ⁴wening.patmi.fe@um.ac.id

[✉]Correspondence Author: salsa.rahmawati.2504138@students.um.ac.id

^{1,2,3,4}Program Studi Magister Manajemen, Fakultas Ekonomi dan Bisnis, Universitas Negeri Malang, 65145, Indonesia

ARTICLE INFO

Article History:

Submitted: 30-04-2026

Revised: 05-05-2026

Accepted: 10-05-2026

Published: 13-05-2026

ABSTRACT

This community service initiative aims to enhance the capacity of BUMDes Sumberdem Gemilang in digital marketing and financial management. The main challenges faced by the partner include the suboptimal use of social media for product promotion and the lack of a structured financial record-keeping system. The program was implemented over three months, involving two managers and benefiting 8 BUMDes members through four phases: orientation, identification, implementation, and evaluation. The implementation phase included training and mentoring on social media management, digital content creation, and Excel-based financial record-keeping. Evaluation was conducted through observation and a comparison of the partner's performance before and after the program. The results showed an improvement in social media performance, reflected in the number of followers, interactions, and content views. However, the implementation of the financial record-keeping template was not yet fully optimized due to human resource constraints and participants' lack of understanding regarding digital financial administration. Therefore, ongoing support and further training are needed to strengthen the sustainability of financial management practices and expand the marketing reach of BUMDes products.

License: This work is licensed under a [Creative Commons Attribution-ShareAlike 4.0 International License](https://creativecommons.org/licenses/by-sa/4.0/).



Keywords:

Digital Marketing, Financial Management, Village-Owned Enterprise

1. PENDAHULUAN

Indonesia adalah negara yang mempunyai kekayaan sumber daya alam serta potensi lokal yang melimpah di setiap wilayah desa [1]. Keanekaragaman

potensi tersebut, baik di sektor pertanian, perikanan, kerajinan, maupun pariwisata, menjadi modal utama dalam mendukung pembangunan ekonomi berbasis desa.

Desa, sebagai unit terdepan dalam pembangunan nasional, memiliki peran strategis dalam mendorong pemerataan pembangunan dan peningkatan kesejahteraan Masyarakat [2]. Dalam pembangunan ekonomi desa, diperlukan suatu lembaga yang bisa mengelola potensi tersebut dengan terorganisir serta berkelanjutan. Salah satu instrumen dibentuk oleh pemerintah adalah BUMDes. BUMDes adalah badan usaha desa yang dijalankan bersama masyarakat dan pemerintah desa guna mendorong penguatan ekonomi desa, serta didirikan sesuai dengan kebutuhan serta potensi yang ada [3], [4]. Selain itu, BUMDes dibentuk dengan tujuan mengoptimalkan potensi lokal serta memberikan kesempatan kepada masyarakat desa untuk berpartisipasi aktif dalam berbagai kegiatan ekonomi yang dijalankan secara mandiri [5]. Lebih lanjut, BUMDes didirikan guna mengembangkan potensi lokal sekaligus memberikan kesempatan kepada masyarakat desa untuk berpartisipasi dalam berbagai kegiatan ekonomi secara mandiri [6], [7].

Salah satu desa yang memiliki potensi ekonomi lokal dan telah membentuk BUMDes adalah Desa Sumberdem. Desa Sumberdem adalah desa wisata yang asri dan sejuk yang berlokasi di Kecamatan Wonosari, Kabupaten Malang, Jawa Timur di kaki Gunung Kawi. Desa ini terkenal dengan sumber mata air melimpah, pertanian subur, serta terdapat 7 kampung tematik diantaranya Kampung Rosella, Kampung Bunga, Kampung Lemon, Kampung Toga, Kampung KRPL, Kampung Kambing, dan Kampung Kopi di bawah naungan Desa Wisata Bumi Asri. Potensi

lokal yang dimiliki desa ini mendorong dibentuknya BUMDes sebagai lembaga yang berperan dalam mengelola dan mengembangkan usaha berbasis desa. BUMDes Sumberdem Gemilang memiliki beberapa unit usaha yang mendukung pengembangan potensi desa, seperti pengelolaan wisata desa, penjualan produk olahan lokal yang berasal dari desa, serta promosi kampung tematik yang berada di bawah naungan Desa Wisata Bumi Asri. Dalam pengelolaannya, BUMDes melibatkan 2 pengelola utama dan beberapa anggota masyarakat sebagai pelaksana kegiatan usaha. Sehingga hal tersebut menjadi langkah strategis dalam meningkatkan nilai ekonomi potensi desa serta mendorong kemandirian masyarakat.

Meskipun memiliki potensi ekonomi yang cukup besar, pengelolaan administrasi dan pemasaran usaha masih dilakukan secara sederhana. Berdasarkan hasil observasi awal yang sudah dilakukan oleh peneliti, aktivitas pencatatan keuangan belum menggunakan sistem yang terstruktur yaitu hanya menggunakan buku besar yang tiap jenis pencatatannya (penjualan, pengeluaran, dll) dilakukan secara manual pada buku tersebut, sehingga laporan keuangan belum terdokumentasi secara optimal dan sistematis. Selain itu, pemanfaatan media sosial sebagai sarana promosi juga masih terbatas pada unggahan sederhana dan belum dikelola secara terencana dan konsisten yang terlihat pada kurangnya pengelolaan konten secara konsisten dengan terakhir upload pada Juli 2024 dan rendahnya aktivitas promosi yang membuat rendahnya frekuensi unggahan

dan keterbatasan jangkauan audiens. Sehingga, diperlukan pengelolaan usaha yang baik.

Berdasarkan permasalahan tersebut, maka kegiatan pengabdian ini dilakukan melalui pendekatan pendampingan yang difokuskan pada aspek penyusunan sistem pencatatan keuangan sederhana dan aspek pengoptimalisasi penggunaan media sosial dalam pemasaran digital. Hal tersebut dapat menjadi langkah awal dalam mewujudkan pengelolaan usaha yang baik, yang pada dasarnya kedua aspek ini memiliki peran yang saling berkaitan dalam mendukung keberlangsungan dan perkembangan usaha. Penggunaan sistem digital seperti aplikasi maupun template pencatatan keuangan sebenarnya bisa menjadi langkah awal dan telah terbukti mampu membantu pelaku usaha dalam mengelola transaksi secara lebih sistematis dan terstruktur [8]. Selain itu, penerapan pemasaran digital dengan memanfaatkan

2. METODE

Dalam kegiatan pengabdian ini digunakan pendekatan partisipatif (participatory approach), yang menekankan keterlibatan aktif mitra pada setiap tahap kegiatan, mulai dari perencanaan, pelaksanaan, sampai evaluasi. Pendekatan ini bertujuan agar solusi yang diberikan sesuai dengan kebutuhan dan kondisi riil mitra serta dapat meningkatkan keterlibatan dalam proses implementasi [10]. Kegiatan ini dilakukan kurang lebih selama tiga bulan, mulai dari bulan Februari sampai dengan bulan Mei pada tahun 2026 di BUMDes Sumberdem Gemilang yang terletak di

media sosial menjadi faktor penting dalam mendorong peningkatan daya saing serta memperluas akses pasar, khususnya bagi usaha skala kecil dan menengah [9]. Beberapa penelitian sudah melakukan pengabdian yang hanya fokus pada aspek keuangan atau pemasaran digital saja, namun pada kegiatan ini memfokuskan pada kedua aspek tersebut. Pendekatan ini dipilih dengan mempertimbangkan kondisi dan kesiapan sumber daya manusia pada BUMDes, sehingga solusi yang diberikan dapat lebih mudah dipahami dan diterapkan oleh mitra. Oleh karena itu, kegiatan pendampingan yang dilakukan ini diharapkan dapat meningkatkan kapasitas pengelola BUMDes dalam pengelolaan administrasi keuangan dan optimalisasi pemasaran digital, sehingga mendukung perluasan jangkauan pemasaran produk unggulan desa secara lebih efektif dan berkelanjutan.

Desa Sumberdem. Kegiatan pengabdian ini melibatkan 2 pengelola utama yang berasal dari 8 anggota BUMDes Sumberdem Gemilang. Metode pelaksanaan dilakukan melalui empat tahapan, yaitu orientasi, identifikasi masalah, implementasi program, dan evaluasi. Pengumpulan data dilakukan menggunakan teknik observasi, wawancara, dokumentasi. Bv Instrumen evaluasi yang digunakan meliputi lembar observasi aktivitas peserta, dokumentasi hasil pendampingan, serta data insight media sosial berupa jumlah pengikut, interaksi, jangkauan audiens, dan tayangan

konten sebelum dan sesudah program dilaksanakan.

Kegiatan pengabdian ini melibatkan 2 pengelola utama dari 8 anggota BUMDes Sumberdem Gemilang. Metode pelaksanaan dilakukan melalui empat tahapan, yaitu orientasi, identifikasi masalah, implementasi program, dan evaluasi. Indikator keberhasilan pada aspek pemasaran digital diukur berdasarkan peningkatan aktivitas media sosial, yang meliputi konsistensi unggahan konten, jumlah pengikut, interaksi audiens, dan jumlah tayangan konten. Sementara itu, indikator keberhasilan pada aspek pengelolaan keuangan diukur melalui kemampuan mitra dalam menggunakan template pencatatan keuangan berbasis Microsoft Excel, kelengkapan pencatatan transaksi seperti pencatatan penjualan, pengeluaran, dan persediaan stok barang serta pemahaman pengelola terhadap administrasi keuangan sederhana. Data hasil kegiatan dianalisis menggunakan teknik analisis deskriptif dengan membandingkan kondisi mitra sebelum dan sesudah pelaksanaan program. Analisis dilakukan untuk menggambarkan perubahan kemampuan pengelola BUMDes dalam mengoptimalkan penggunaan media social dalam aktivitas pemasaran dan pemahaman mengenai pencatatan keuangan setelah mengikuti kegiatan pendampingan.

Pengumpulan data dilakukan menggunakan teknik observasi, wawancara, dokumentasi. Data dalam kegiatan ini diperoleh melalui wawancara langsung kepada pengelola BUMDes untuk menggali informasi terkait kendala yang

dihadapi. Observasi dilakukan untuk melihat kondisi nyata pengelolaan usaha, sedangkan dokumentasi dilakukan untuk memperoleh data pendukung terkait pelaksanaan kegiatan pengabdian, aktivitas peserta, serta hasil implementasi program. Sehingga, dengan penggunaan beberapa teknik dalam pengumpulan data diharapkan solusi yang diberikan sesuai dengan kebutuhan dan kondisi BUMDes. Dengan demikian, penggunaan pendekatan ini diharapkan dapat memperkuat pemahaman dan kapasitas pengelola dalam pengelolaan keuangan serta pemasaran digital. Kegiatan ini dilaksanakan melalui beberapa tahapan, meliputi orientasi, identifikasi, pelaksanaan, dan evaluasi. Penjelasan masing-masing tahapan dapat dijabarkan sebagai berikut:

1. Tahapan Orientasi

Tahap orientasi yang merupakan tahap awal yang bertujuan untuk memahami kondisi umum mitra, yaitu BUMDes [11]. Pada tahap ini dilakukan pengenalan lingkungan, pengamatan awal terhadap aktivitas usaha, serta komunikasi dengan pengelola untuk mengetahui gambaran umum terkait pengelolaan keuangan dan kegiatan pemasaran yang telah dilakukan. Tahap ini penting untuk membangun pemahaman awal serta menyesuaikan rencana kegiatan dengan kondisi mitra.

2. Tahap Identifikasi

Tahap identifikasi dilakukan untuk mengkaji secara lebih mendalam permasalahan yang dihadapi oleh BUMDes terutama dalam aspek pengelolaan keuangan dan pemasaran digital, sehingga dapat dirumuskan solusi yang sesuai dengan kebutuhan BUMDes [12].

3. Tahap Pelaksanaan

Tahap pelaksanaan merupakan tahap implementasi solusi yang telah dirancang berdasarkan hasil identifikasi permasalahan. Kegiatan ini mempunyai tujuan untuk meningkatkan pemahaman serta keterampilan pengelola BUMDes dalam pengelolaan usaha secara sistematis dan berkelanjutan, sebagai bagian dari proses penerapan kegiatan di lapangan [11].

3. HASIL

Hasil kegiatan pengabdian yang diperoleh berdasarkan tahapan yang telah dilaksanakan, mulai dari identifikasi permasalahan, perencanaan, pelaksanaan, hingga evaluasi yang dimana hasil fokus dalam dua aspek utama, pertama pengelolaan keuangan dan yang kedua pemasaran digital, sebagai bentuk implementasi solusi terhadap permasalahan yang dihadapi mitra BUMDes. Oleh karena itu, kegiatan pengabdian yang dilaksanakan pada BUMDes menunjukkan hasil pada tiap aspek, sebagai berikut:

1. Aspek Keuangan

Pada aspek keuangan diketahui bahwa BUMDes Sumberdem Gemilang menghadapi beberapa permasalahan pada pengelolaan keuangan yaitu pencatatan transaksi belum dilakukan secara sistematis atau pencatatan masih dilakukan secara manual. Sehingga, berdasarkan permasalahan tersebut, disusun perencanaan kegiatan yang difokuskan pada penyediaan sistem pencatatan keuangan sederhana. Perencanaan yang dilakukan untuk pengelolaan keuangan telah disusun

4. Tahap Evaluasi

Tahap evaluasi ini dilakukan untuk mengevaluasi efektivitas pelaksanaan kegiatan, baik dalam penerapan sistem pencatatan keuangan maupun optimalisasi pemasaran digital. Serta, tahapan ini mengidentifikasi berbagai kendala yang dihadapi mitra sebagai dasar untuk perbaikan di masa mendatang [12].

template pencatatan berbasis Microsoft Excel yang mencakup pencatatan penjualan, persediaan stok barang, serta laporan laba rugi. Template tersebut telah diberikan sebagai alat bantu dalam melakukan pencatatan transaksi secara lebih sistematis dan terstruktur.

Berdasarkan hasil pendampingan, penggunaan template pencatatan keuangan berbasis Microsoft Excel mulai diterapkan dalam kegiatan operasional BUMDes. Selama periode pendampingan, pengelola mulai menggunakan template kurang lebih 1 bulan dan berhasil mencatat 6 transaksi usaha. Jumlah transaksi yang tercatat belum terlalu banyak karena aktivitas penjualan produk BUMDes cenderung meningkat pada saat terdapat kunjungan wisata atau kegiatan tertentu. Meskipun demikian, penggunaan template membantu pengelola dalam mulai membiasakan pencatatan transaksi secara lebih sistematis dibandingkan sebelumnya yang masih dilakukan secara manual. Dokumentasi Kegiatan Pendampingan Penggunaan Template Excel pada gambar 1.

Tabel 2. Perbandingan Aspek Keuangan Sebelum dan Sesudah Program

Indikator		Sebelum Program	Sesudah Program
Sistem Pencatatan Keuangan	Pencatatan	Manual	Excel
Pencatatan Transaksi		Tidak terdokumentasi secara optimal	Mulai dilakukan pada transaksi tertentu
Jumlah Transaksi Tercatat	Transaksi	Belum tercatat dengan baik	6
Penyusunan Laporan Sederhana	Laporan	Belum tersedia	Mulai dilakukan secara bertahap



Gambar 1. Pendampingan Template Excel

2. Aspek Pemasaran Digital

Pada aspek pemasaran digital, pemanfaatan media sosial yang dimiliki oleh BUMDEs belum di berjalan secara optimal sehingga upaya yang dilakukan adalah dengan melakukan aktivasi kembali akun media sosial yang sebelumnya tidak aktif, serta membuat konten promosi

seperti foto dan video produk yang dijual BUMDEs. Konten tersebut diunggah secara berkala sebagai upaya meningkatkan visibilitas usaha. Berdasarkan hasil kegiatan yang telah dilakukan maka terlihat adanya peningkatan aktivitas akun setelah dilakukan pengelolaan konten. Peningkatan tersebut ditunjukkan melalui

bertambahnya jumlah pengikut (followers), meningkatnya interaksi pengguna seperti tanda suka (likes) komentar, dan share, serta rata-rata jumlah tayangan (views) pada konten yang diunggah. Sehingga hal ini menunjukkan adanya perkembangan dalam aktivitas

pemasaran digital, meskipun peningkatan yang terjadi masih dalam skala terbatas. Hal tersebut dapat dibuktikan dari perbandingan tabel yang ada dibawah ini. Dokumentasi Kegiatan Proses Pengambilan Foto Produk pada gambar 2.



Gambar 2. Kegiatan Foto Produk

Tabel 3. Perbandingan Aspek Pemasaran Sebelum dan Sesudah Program

Indikator	Instagram Sebelum Program	Instagram Sesudah Program	Tiktok Sebelum Program	Tiktok Sesudah Program
Jumlah Followers	392	399	14	21
Jumlah Postingan Perbulan	6	24	0	6
Rata-rata Penayangan Konten	71	129	0	384
Jumlah Interaksi	179	301	0	76

4. PEMBAHASAN

Berdasarkan hasil pendampingan yang sudah dilakukan pada BUMDes Sumberdem Gemilang menunjukkan dampak yang cukup signifikan terhadap beberapa aspek seperti aspek keuangan dan aspek pemasaran digital. Pada aspek keuangan, penggunaan template pencatatan berbasis Microsoft Excel mulai diterapkan untuk mendokumentasikan transaksi usaha secara lebih sistematis. Selama masa pendampingan, pengelola berhasil mencatat 6 transaksi usaha dalam periode kurang lebih 1 bulan penggunaan template. Namun, implementasi pencatatan digital belum berjalan optimal akibat keterbatasan kemampuan penggunaan Microsoft Excel dan belum terbentuknya kebiasaan administrasi keuangan yang rutin. Selain itu, faktor lainnya adalah karena aktivitas penjualan produk BUMDes cenderung meningkat pada saat terdapat kunjungan wisata atau kegiatan tertentu. Sehingga hal tersebut menyebabkan penggunaan template belum dilakukan secara konsisten. Kondisi tersebut menunjukkan bahwa pendampingan lanjutan masih diperlukan agar sistem pencatatan keuangan dapat diterapkan secara berkelanjutan. Menurut [8], dalam konteks usaha kecil, tingkat kesiapan sumber daya manusia menjadi penentu utama dalam keberhasilan penerapan suatu sistem, khususnya yang berkaitan dengan pemanfaatan teknologi. Salah satunya adalah Microsoft Excel yaitu perangkat lunak yang dapat digunakan dalam pencatatan serta analisis data keuangan [13]. Sehingga akan lebih mudah dalam memantau perkembangan usahanya dan membuat perencanaan

keuangan yang lebih baik [14]. Oleh karena itu pada aspek pengelolaan keuangan, pembuatan template Microsoft Excel menjadi salah satu upaya. Namun, pencatatan berbasis Microsoft Excel, implementasinya belum berjalan secara optimal pada BUMDes. Hal ini menunjukkan bahwa penyediaan alat bantu saja belum cukup tanpa diimbangi dengan kemampuan serta kebiasaan mitra dalam melakukan pencatatan secara rutin. Kondisi tersebut sesuai dengan temuan penelitian yang menyatakan bahwa keterbatasan kemampuan teknis menjadi kendala utama dalam pengelolaan keuangan pada usaha kecil [15]. Oleh karena itu, diperlukan proses adaptasi serta peningkatan kapasitas agar sistem pencatatan yang telah disediakan dapat digunakan secara berkelanjutan. Sehingga, pengelolaan keuangan bisa berjalan secara efektif yang nantinya akan mempermudah pembuatan keputusan finansial dalam menjaga stabilitas dan pertumbuhan usaha [16].

Sementara itu, pada aspek pemasaran digital, hasil yang diperoleh menunjukkan perkembangan dan peningkatan yang lebih positif pada media sosial Instagram dan Tiktok BUMDes Sumberdem Gemilang. Peningkatan paling terlihat pada konsistensi unggahan konten, dimana jumlah posting Instagram meningkat dari 6 posting menjadi 24 posting per bulan setelah pelaksanaan program. Selain itu, rata-rata tayangan konten Instagram juga meningkat dari 71 views menjadi 129 views. Pada platform TikTok, akun media sosial yang sebelumnya belum aktif mulai

digunakan sebagai sarana promosi digital selama program pendampingan berlangsung. Hal ini terlihat dari meningkatnya rata-rata tayangan konten menjadi 384 views serta peningkatan jumlah followers dari 14 menjadi 21 followers. Meskipun peningkatan jumlah followers pada Instagram tidak terlalu signifikan, peningkatan jumlah tayangan dan aktivitas unggahan menunjukkan bahwa konten promosi mulai mampu menjangkau audiens secara lebih luas dibandingkan sebelumnya. Berdasarkan hasil observasi, konten berupa video singkat dan dokumentasi produk unggulan desa memperoleh respons lebih baik dibandingkan unggahan informasi biasa. Dengan demikian, melakukan aktivasi kembali media sosial serta pembuatan konten promosi seperti foto dan video produk mampu meningkatkan visibilitas usaha. Hal ini ditunjukkan melalui peningkatan jumlah pengikut, interaksi, serta tayangan konten. Temuan ini didukung oleh penelitian yang menyatakan bahwa pemanfaatan media sosial sebagai media pemasaran digital berkontribusi terhadap perluasan jangkauan pasar serta peningkatan keterlibatan konsumen pada usaha kecil [17]. Selain itu, penelitian sebelumnya menyatakan bahwa sudah banyak cerita sukses yang menjelaskan media sosial sangat berkontribusi positif untuk pengembangan berbagai produk UMKM di pada wilayah desa [18]. Oleh karena itu dengan memanfaatkan media sosial menjadi solusi yang potensial yang bisa

5. KESIMPULAN

Kesimpulan yang dapat diambil pada kegiatan tersebut adalah kegiatan

meningkatkan awareness, meningkatkan interaksi dengan pelanggan, meningkatkan penjualan produk yang nantinya menjadi keputusan pembelian [19].

Adanya perbedaan hasil pada aspek keuangan dan pemasaran digital mencerminkan bahwa tingkat keberhasilan suatu program tidak hanya bergantung pada solusi yang diberikan, melainkan juga pada kemudahan dalam pelaksanaan serta kebiasaan yang telah berkembang di BUMDes. Sehingga hal tersebut menunjukkan terdapat gap yang besar antara kebutuhan akan pencatatan yang sistematis dengan praktik yang sebenarnya terjadi di lapangan [20]. Aktivitas pemasaran digital cenderung lebih mudah diadopsi karena bersifat praktis dan hasilnya dapat terlihat dalam jangka pendek, sedangkan pengelolaan keuangan memerlukan konsistensi serta kedisiplinan dalam jangka panjang. Dengan demikian, hasil kegiatan ini menunjukkan bahwa pengembangan kapasitas BUMDes memerlukan pendekatan yang tidak semata-mata menekankan pada solusi, tetapi juga pada peningkatan kemampuan dan pembiasaan dalam penerapannya. Oleh karena itu, diperlukan upaya lanjutan yang lebih berfokus pada peningkatan literasi keuangan dan pendampingan berkelanjutan supaya pengelolaan keuangan dapat berjalan lebih optimal [21].

pendampingan yang sudah dilakukan pada aspek keuangan dan pemasaran digital

pada BUMDes Sumberdem Gemilang memberikan hasil yang berbeda. Pada aspek pengelolaan keuangan, penggunaan template pencatatan berbasis Microsoft Excel mulai diterapkan untuk mendokumentasikan transaksi usaha secara lebih sistematis. Selama masa pendampingan, pengelola mulai menggunakan template pencatatan untuk mencatat transaksi penjualan dan pengeluaran usaha, meskipun implementasinya belum berjalan secara konsisten. Kendala utama yang dihadapi yaitu keterbatasan kemampuan pengelola dalam penggunaan Microsoft Excel serta belum terbentuknya kebiasaan pencatatan keuangan rutin. Sedangkan, pada aspek pemasaran digital menunjukkan peningkatan yang cukup signifikan. Peningkatan tersebut terlihat dari jumlah

UCAPAN TERIMA KASIH

Ucapan terima kasih penulis sampaikan kepada pihak BUMDes yang telah bersedia menjadi mitra dalam kegiatan pengabdian ini serta memberikan dukungan selama proses pelaksanaan. Terima kasih juga disampaikan kepada dosen pembimbing. T

REFERENSI

- [1] R. H. Melo, F. Moko, and S. E. Saleh, "Tantangan Pembangunan Sumberdaya Alam di Indonesia: Dampak Lingkungan dan Ekonomi dalam Pencapaian Keberlanjutan," *Geosfera J. Penelit. Geogr.*, vol. 3, no. 2, pp. 149–154, 2024. doi: <https://doi.org/10.37905/geojpg.v3i2.29544>
- [2] K. Diharjo, M. H. Nuryadi, and A. L. N. Chasanah, "Optimalisasi Potensi Desa Berbasis Sumber Daya Lokal Di Desa Sungai Rasau, Kabupaten Tanah Laut, Kalimantan Selatan," *J. Rural Dev.*, vol. 13, no. 1, pp. 37–43, 2025, doi: <https://doi.org/10.20961/jr&d.v13i1.115107>
- [3] N. L. P. S. P. Pradnyani, "Peran Badan Usaha Milik Desa (BUMDES) Dalam Meningkatkan Kesejahteraan Masyarakat Di Desa Tibubeneng Kuta Utara," *J. Ris. Akunt. JUARA*, vol. 9, no. 2, pp. 39–47, 2019. doi: <https://doi.org/10.36733/juara.v8i1.22>
- [4] K. M. Raharjo, Sucipto, M. Ishom, and M. K. Fatihin, "Peningkatan Kapasitas

posting Instagram yang meningkat dari 6 menjadi 24 posting per bulan, serta peningkatan rata-rata tayangan konten Instagram dari 71 views menjadi 129 views. Selain itu, akun TikTok yang sebelumnya belum aktif mulai digunakan sebagai media promosi dengan rata-rata tayangan konten mencapai 384 views dan peningkatan followers dari 14 menjadi 21 followers selama periode pendampingan. Oleh karena itu, diperlukan tindak lanjut berupa pendampingan berkala terkait administrasi keuangan digital, penyusunan jadwal pengelolaan media sosial yang lebih terstruktur, serta pembagian tugas khusus bagi pengelola yang bertanggung jawab terhadap pencatatan keuangan dan pembuatan konten digital agar program dapat berjalan secara berkelanjutan.

atas arahan, bimbingan, dan masukan yang diberikan hingga tersusunnya artikel ini. Selanjutnya, penulis juga mengapresiasi seluruh pihak yang telah berkontribusi sehingga kegiatan ini dapat berjalan dengan lancar.

- Pengelola Bumdes dalam Mengembangkan Produk Unggulan Desa,” *J. Pengabdi. Masy. Indones.*, vol. 4, no. 1, pp. 115–121, 2024, doi: <https://doi.org/10.52436/1.jpmi.2000>
- [5] H. Listyorini, S. Supriyanto, P. H. Prayitno, G. Wuntu, and M. M. Gunawan, “Penguatan Kelembagaan Pokdarwis Dalam Merintis Desa Wisata Melalui Penciptaan Identitas Dan Kapabilitas Perencanaan Organisasi,” *JMM (Jurnal Masy. Mandiri)*, vol. 5, no. 2, pp. 491–504, 2021, doi: <https://doi.org/10.31764/jmm.v5i2.4083>
- [6] Susetyorini and A. Rosdiana, “Peran Badan Usaha Milik Desa (BUMDes) dalam Meningkatkan Kesejahteraan Masyarakat Desa,” *CAHAYA Kampus*, vol. 1, no. 1, pp. 15–20, 2021. <https://journal.unigres.ac.id/index.php/CahayaKampus/article/view/2647>
- [7] M. H. Idris, S. A. Rahmi, and R. Hidayat, “The Strategic Role of BUMDes in Improving the Welfare of Village Communities,” *J. Appl. Bus. Bank.*, vol. 7, no. 1, pp. 13–29, 2026. Doi: <https://doi.org/10.9319/jiscs.v1i4.67846>
- [8] M. S. Safarudin and D. A. M. Putri, “Adopsi Penggunaan Teknologi Informasi Dalam Penyusunan Laporan Keuangan Bagi UMKM,” *Zo. Kpmputer*, vol. 11, no. 1, p. 2021, 2021, doi: <https://doi.org/doi.org/10.37776/zk.v11i1.657>
- [9] A. Kurniawan, T. Alinda, F. Ramdhani, and M. Alawi, “Pendampingan UMKM Kripik Pisang dan Talas melalui Packaging dan Digital Marketing di Kelurahan Rakam, Kabupaten Lombok Timur, NTB,” *KOTAMIKA*, vol. 3, no. 1, pp. 20–28, 2023, doi: <https://doi.org/10.34148/komatika.v3i1.620>
- [10] R. K. R.A.R, “Community Participation Development Approach for Rural Development in Sociological Perspective,” *African J. Humanit. Soc. Sci.*, vol. 1, no. 1, pp. 44–46, 2021, doi: <https://doi.org/10.51483/AFJHSS.1.2021.44-46>
- [11] J. W. Creswell, *Qualitative Inquiry & Research Design: Choosing Among Five Approaches*, Third Edit. SAGE Publications. <https://uk.sagepub.com/en-gb/eur/qualitative-inquiry-and-research-design/book266033>
- [12] Sugiyono, *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, dan R&D*, Cetakan Ke. Alfabeta, 2023. <https://opac.perpusnas.go.id/DetailOpac.aspx?id=1543971>
- [13] M. I. Siregar, A. Saggaf, and M. Hidayat, “Pelatihan Pembuatan Laporan Keuangan Berbasis Microsoft Excel Pada Kerajinan Songket Mayang Palembang,” *J. Abdimas Mandiri*, vol. 5, no. 1, pp. 51–56, 2021. <https://doi.org/10.36982/jam.v5i1.1509>
- [14] A. Yudianto, “Analisis Perencanaan Keuangan Pada Kelompok Mikro, Kecil, Dan Menengah (UMKN) Di Kota Amuntai,” *Inov. J. Adm. Niaga*, vol. 5, no. 1, pp. 1–11, 2023. doi: <https://doi.org/10.36658/ijan.5.1.99>

- [15] Bidasari, Goso, Sahrir, and R. S. Hamid, "Peran Literasi Keuangan dan Literasi Digital dalam Meningkatkan Kinerja UMKM," *Own. Ris. J. Akunt.*, vol. 7, no. 2, pp. 1635–1645, 2023, doi: <https://doi.org/10.33395/owner.v7i2.1404>
- [16] B. Arianto, "Pengembangan UMKM Digital di Masa Pandemi Covid-19," *ATRABIS J. Adm. Bisnis*, vol. 6, no. 2, pp. 233–247, 2020. doi: <https://doi.org/10.24967/psn.v2i1.1452>
- [17] R. Herlina¹ and L. A. Simabur, "Strategi Digital Marketing untuk UMKM: Pemanfaatan Media Sosial sebagai Sarana Promosi Efektif," *BARAKATI J. Community Serv.*, vol. 03, no. 2, pp. 49–57, 2025. doi: <https://doi.org/10.62394/barakati.v3i2.174>
- [18] B. Arianto and H. Sofyan, "Peran Media Sosial Bagi Penguatan Bisnis UMKM di Kota Serang Banten," *J. Ris. Bisnis dan Manaj. Tirtayasa*, vol. 6, no. 2, pp. 130–145, 2022, doi: <https://doi.org/10.48181/jrbmt.v%vi%i.19025>
- [19] A. R. Solehudins, I. S. Nugroho, and M. I. Wiawan, "Pengaruh Penggunaan Media Sosial terhadap Pemasaran Produk UMKM Es Boba Boy Mutar Alam Ahmad," *Tekno. Nusant. J. Penelit. Fak. Tek. Univ. Islam Nusant.*, vol. 7, no. 2, pp. 38–46, 2025, doi: <https://ojs.uninus.ac.id/Teknologinusantara/article/view/3947>
- [20] M. A. Ramadhan, M. W. Imansyah, and P. G. Supriyadi, "Pengaruh Pemahaman Pencatatan Transaksi dan Penggunaan Aplikasi Akuntansi Terhadap Kualitas Pencatatan Keuangan pada UMKM Es Teh Indonesia," *J. Ekon. Akunt. dan Organ.*, vol. 03, no. 01, pp. 50–60, 2025. doi: <https://doi.org/10.32528/ektasi.v3i1.3774>
- [21] D. Aulia, M. Z. H. Sasmita, M. T. Irsyadi, S. Sandy, A. D. Zuhry, "Peningkatan Kapasitas UMKM dalam Mengelola Keuangan melalui Literasi Keuangan dan Digitalisasi Bisnis," *J. Abdi Masy. Indones.*, vol. 5, no. 3, pp. 787–794, 2025, doi: <https://doi.org/10.54082/jamsi.1795>