

Pelatihan Manajemen Keuangan dan Pemasaran untuk Penguatan SDM UMKM di Yogyakarta

Tasrim¹, Ansri Jayanti², Angga Kurniawan³, Epsilandri Septyarini⁴

¹³Universitas PGRI Yogyakarta, ²Sekolah Tinggi Ilmu Ekonomi Makassar Maju, Universitas Sarjanawiyata Tamansiswa⁴

e-mail: ¹asrilpalopo@gmail.com, ²antimici07@gmail.com, ³anggakurniawan@upy.ac.id, Epsilandriseptyarini@ustjogja.ac.id

*Angga Kurniawan

ABSTRACT

Kegiatan pengabdian kepada masyarakat ini bertujuan untuk meningkatkan kapasitas sumber daya manusia (SDM) pelaku UMKM di Yogyakarta melalui pelatihan manajemen keuangan dan strategi pemasaran. Permasalahan utama yang dihadapi UMKM adalah lemahnya pencatatan keuangan serta keterbatasan pengetahuan dalam mengelola pemasaran, khususnya di era digital. Metode kegiatan berupa pelatihan dan pendampingan langsung dengan pendekatan partisipatif, melibatkan 30 pelaku UMKM dari berbagai sektor usaha. Hasil kegiatan menunjukkan peningkatan keterampilan peserta dalam membuat laporan keuangan sederhana, memahami strategi pemasaran digital, serta mampu merancang promosi berbasis media sosial. Implikasi dari kegiatan ini adalah adanya penguatan kapasitas SDM yang berdampak pada peningkatan daya saing UMKM secara berkelanjutan.

Keywords: manajemen keuangan, pemasaran, SDM, UMKM, Yogyakarta

History Article: 1 Agust 25

Incoming articles: 5 Agust 25

Revised article: 20 Agust 25

Articles accepted: 25 Agust 25

I. Introduction

Situation Analysis

UMKM merupakan tulang punggung perekonomian Indonesia, termasuk di wilayah Yogyakarta. Namun, masih banyak UMKM menghadapi



permasalahan mendasar, antara lain lemahnya manajemen keuangan, keterbatasan pemahaman pemasaran digital, serta kurangnya pengelolaan SDM. Kondisi ini menimbulkan kesenjangan antara potensi yang dimiliki UMKM dengan kenyataan di lapangan. Urgensi kegiatan ini adalah memberikan solusi melalui pelatihan manajemen keuangan dan pemasaran yang mampu meningkatkan kapasitas SDM UMKM agar lebih profesional dan kompetitif. Dengan demikian, kegiatan PKM ini dirancang untuk mendukung pemberdayaan UMKM di Yogyakarta secara berkelanjutan.

Solutions and Targets

Solusi yang ditawarkan dalam kegiatan PKM ini adalah:

1. **Pelatihan manajemen keuangan:** pencatatan transaksi, penyusunan laporan keuangan sederhana, dan analisis arus kas.
2. **Pelatihan strategi pemasaran:** teknik pemasaran digital, pemanfaatan media sosial, serta perencanaan promosi efektif.
3. **Penguatan SDM UMKM:** peningkatan soft skill, pengelolaan usaha, dan perencanaan bisnis.

Target kegiatan adalah 30 UMKM di Kota Yogyakarta dari berbagai sektor (kuliner, kerajinan, dan jasa).

Implementation Method

Place and Time: Kegiatan dilaksanakan di Universitas PGRI Yogyakarta, Februari 2025.

Target Audience: Pelaku UMKM dengan usaha minimal 1 tahun berjalan.

Devotion Method: Pelatihan, workshop, diskusi interaktif, serta pendampingan praktik.

Success Indicators:

80% peserta mampu membuat laporan keuangan sederhana.

75% peserta menerapkan strategi pemasaran digital dalam usaha.

Evaluation Method: Pre-test dan post-test, observasi praktik, serta kuesioner kepuasan peserta.



II. Results and Discussion

Hasil kegiatan menunjukkan adanya peningkatan kompetensi peserta dalam aspek manajemen keuangan dan pemasaran. Peserta yang sebelumnya tidak melakukan pencatatan keuangan, setelah pelatihan mampu menyusun laporan arus kas sederhana. Selain itu, peserta mulai aktif menggunakan media sosial (Instagram, WhatsApp Business, TikTok) sebagai sarana promosi produk.

Diskusi dengan peserta menunjukkan adanya motivasi untuk lebih disiplin dalam mengelola usaha. Faktor pendukung keberhasilan adalah antusiasme peserta, dukungan institusi, dan metode pelatihan yang aplikatif. Sementara kendala utama adalah keterbatasan waktu serta variasi tingkat pemahaman peserta.

III. Conclusion

Kegiatan pelatihan manajemen keuangan dan pemasaran berhasil meningkatkan kapasitas SDM UMKM di Yogyakarta. Peserta mampu menerapkan pencatatan keuangan sederhana dan memanfaatkan media digital sebagai sarana pemasaran. Ke depan, diperlukan pendampingan lanjutan agar UMKM lebih adaptif terhadap perkembangan teknologi serta memiliki daya saing yang lebih tinggi.

IV. Reference

Kotler, P., & Keller, K. L. (2016). Marketing management (15th ed.). Pearson Education.

Scarborough, N. M. (2017). Essentials of entrepreneurship and small business management. Pearson.

Mulyadi. (2016). Sistem akuntansi. Jakarta: Salemba Empat.

Tambunan, T. (2019). UMKM di Indonesia: Isu-isu penting. Jakarta: LP3ES.

Sugiyono. (2019). Metode penelitian kuantitatif, kualitatif, dan R&D. Bandung: Alfabeta.

Baridwan, Z. (2017). Intermediate accounting. Yogyakarta: BPFE.

Alma, B. (2018). Manajemen pemasaran dan pemasaran jasa. Bandung: Alfabeta.

Robbins, S. P., & Judge, T. A. (2017). Organizational behavior (17th ed.). Pearson.

Griffin, R. W. (2019). Fundamentals of management (9th ed.). Cengage Learning.

Porter, M. E. (2008). Competitive advantage: Creating and sustaining superior performance. Free Press.