

## PELATIHAN MANAJEMEN MODAL UNTUK PROMOSI PRODUK DI DESA

Amnatia Abdullah<sup>1</sup>, Aryati Hamzah<sup>2</sup>, Karlina Napu<sup>3</sup>, Ely Ibrahim<sup>4</sup>, Abdulrival Hartoyo<sup>5</sup>

<sup>1,5)</sup> Program Studi Akuntansi Sektor Publik, Fakultas Pemerintahan dan Sektor Publik,  
Universitas Bina Mandiri Gorontalo

<sup>2)</sup> Program Studi Bisnis Digital, Fakultas Ekonomi dan Bisnis, Universitas Bina Mandiri Gorontalo

<sup>3,4)</sup> Program Studi Administrasi Pemerintahan Daerah, Fakultas Pemerintahan dan Sektor Publik,  
Universitas Bina Mandiri Gorontalo

*e-mail: tia@ubmg.ac.id*

### Abstrak

Pengabdian masyarakat ini bertujuan untuk meningkatkan manajemen modal dalam promosi produk di Desa Langagon. Desa ini memiliki potensi produk lokal yang belum dimanfaatkan secara optimal, sehingga diperlukan strategi yang tepat untuk meningkatkan daya saing. Kegiatan ini melibatkan pelatihan tentang manajemen modal, pemasaran, dan promosi produk kepada para pelaku usaha lokal. Metode yang digunakan meliputi ceramah, diskusi, dan praktik langsung, di mana peserta diajarkan cara mengelola modal dengan bijak, menyusun strategi pemasaran, dan memanfaatkan media sosial untuk mempromosikan produk mereka. Hasil dari kegiatan ini menunjukkan peningkatan pemahaman peserta mengenai pentingnya manajemen modal serta penerapan teknik promosi yang efektif. Selain itu, peserta juga berhasil merumuskan rencana aksi untuk memasarkan produk mereka secara lebih luas. Diharapkan, kegiatan ini dapat memberikan dampak positif bagi perekonomian masyarakat Desa Langagon dan mendorong pelaku usaha untuk lebih kreatif dalam memasarkan produk lokal.

**Kata kunci:** Manajemen Modal, Promosi Produk

### Abstract

This community service aims to enhance capital management in product promotion in Langagon Village. This village has the potential for local products that have not been optimally utilized, necessitating appropriate strategies to improve competitiveness. The activity involves training on capital management, marketing, and product promotion for local entrepreneurs. The methods used include lectures, discussions, and hands-on practice, where participants are taught how to manage capital wisely, develop marketing strategies, and utilize social media to promote their products. The results of this activity indicate an increased understanding among participants regarding the importance of capital management and the application of effective promotional techniques. Additionally, participants were able to formulate action plans to market their products more broadly. It is hoped that this activity will have a positive impact on the economy of Langagon Village and encourage entrepreneurs to be more creative in marketing local products.

**Keywords:** Capital Management, Product Promotion"

### PENDAHULUAN

Desa Langagon, yang terletak di wilayah yang kaya akan sumber daya alam, memiliki potensi produk lokal yang melimpah. Namun, meskipun memiliki kekayaan ini, banyak masyarakat yang belum mampu memaksimalkan pemanfaatan potensi tersebut secara optimal. Hal ini disebabkan oleh kurangnya pengetahuan dan keterampilan dalam manajemen modal dan strategi pemasaran yang efektif. Dalam era globalisasi dan persaingan pasar yang semakin ketat, kemampuan untuk mengelola modal dan mempromosikan produk menjadi faktor kunci dalam keberhasilan usaha lokal. Seiring dengan meluasnya pasar di luar batas geografis, para pengusaha lokal menghadapi tantangan tidak hanya untuk memenuhi kebutuhan beragam konsumen, tetapi juga untuk membedakan tawaran mereka dari pesaing besar yang lebih mapan. Manajemen modal yang efisien memungkinkan bisnis ini untuk mengalokasikan sumber daya secara bijaksana, berinvestasi dalam perbaikan kualitas, dan menginovasi lini produk, yang semuanya penting untuk mempertahankan daya saing. Selain itu, strategi promosi yang efektif, baik melalui saluran pemasaran tradisional maupun platform digital—memungkinkan produk lokal mencapai audiens yang lebih luas dan membangun pengenalan merek. Dengan memanfaatkan manajemen modal dan taktik promosi, perusahaan lokal dapat meningkatkan visibilitas mereka di pasar, membangun basis pelanggan yang loyal, dan pada akhirnya mengamankan

keunggulan kompetitif yang berkelanjutan. Oleh karena itu, pengembangan keterampilan ini bukan hanya bermanfaat, tetapi juga esensial untuk kelangsungan dan pertumbuhan bisnis lokal dalam ekonomi global.

Pentingnya manajemen modal tidak bisa dipandang sebelah mata. Menurut (Kotler, P., & Keller, 2016), Manajemen yang efektif dalam pengelolaan keuangan, termasuk penganggaran dan perencanaan investasi, sangat penting untuk keberlangsungan usaha. Penganggaran berfungsi sebagai alat strategis yang memungkinkan pemilik usaha merencanakan penggunaan sumber daya secara optimal, sehingga setiap pengeluaran dapat dipertanggungjawabkan dan diarahkan untuk mencapai tujuan jangka pendek dan jangka panjang. Dengan memiliki anggaran yang jelas, bisnis dapat mengidentifikasi area di mana penghematan dapat dilakukan dan memprioritaskan investasi yang memberikan dampak terbesar terhadap pertumbuhan dan inovasi. Di sisi lain, perencanaan investasi yang matang membantu pengusaha mengevaluasi peluang yang ada dan menentukan langkah yang tepat dalam mengalokasikan modal, meliputi analisis risiko, proyeksi pendapatan, dan penilaian terhadap potensi pasar, yang semuanya merupakan elemen penting untuk membuat keputusan investasi yang bijaksana. Tanpa manajemen keuangan yang baik, usaha berisiko menghadapi masalah likuiditas, kesulitan dalam memenuhi kewajiban finansial, dan bahkan ancaman kebangkrutan. Lebih jauh lagi, manajemen keuangan yang baik tidak hanya berdampak pada kesehatan finansial perusahaan, tetapi juga dapat meningkatkan kepercayaan investor dan kredibilitas di mata mitra bisnis, karena menunjukkan bahwa suatu usaha memiliki sistem keuangan yang terencana dan transparan. Oleh karena itu, penting bagi setiap pemilik usaha untuk memahami dan menerapkan prinsip-prinsip manajemen keuangan yang efektif agar dapat memastikan keberlangsungan dan pertumbuhan usaha dalam jangka panjang. Tanpa pengelolaan yang baik, potensi produk lokal tidak akan dapat berkembang, dan pelaku usaha akan kesulitan untuk bertahan dalam persaingan pasar. Terlebih lagi, banyak pelaku usaha di Desa Langagon yang tidak memiliki akses ke informasi dan sumber daya yang diperlukan untuk mengembangkan usaha mereka, sehingga mereka terjebak dalam pola usaha yang itu-itu saja.

Promosi produk juga merupakan aspek yang sangat penting dalam meningkatkan daya saing. Di era digital saat ini, pemasaran melalui media sosial dan platform online menjadi semakin relevan. Menurut (Chaffey, 2019), Pemasaran digital memungkinkan usaha kecil untuk menjangkau audiens yang lebih luas dengan biaya yang lebih efisien, menjadikannya sebagai alat yang sangat berharga dalam strategi bisnis modern. Dengan memanfaatkan platform digital seperti media sosial, email, dan situs web, usaha kecil dapat mengakses pasar global tanpa perlu mengeluarkan anggaran besar yang biasanya diperlukan untuk iklan tradisional. Selain itu, pemasaran digital menawarkan kemampuan untuk melakukan segmentasi audiens secara tepat, memungkinkan pemilik usaha untuk menargetkan kelompok konsumen yang paling relevan dengan produk atau layanan mereka. Strategi seperti iklan berbayar di media sosial atau optimasi mesin pencari (SEO) memungkinkan usaha kecil untuk meningkatkan visibilitas mereka dengan cara yang lebih terukur dan terarah, serta memberikan hasil yang dapat dianalisis secara real-time. Keuntungan ini tidak hanya meningkatkan efisiensi biaya, tetapi juga memungkinkan usaha kecil untuk beradaptasi dengan cepat terhadap perubahan tren pasar dan perilaku konsumen. Dengan menggunakan alat analitik, pemilik usaha dapat mengevaluasi efektivitas kampanye mereka dan membuat penyesuaian yang diperlukan untuk memaksimalkan dampak pemasaran mereka. Oleh karena itu, pemasaran digital tidak hanya membantu usaha kecil untuk bertahan dalam persaingan yang ketat, tetapi juga memberikan peluang untuk pertumbuhan yang lebih besar dan berkelanjutan di era digital saat ini. Namun, banyak pelaku usaha di Desa Langagon yang belum familiar dengan penggunaan teknologi untuk promosi, serta strategi pemasaran yang inovatif. Hal ini menyebabkan produk lokal tidak dikenal luas, bahkan di pasar lokal sekalipun.

Menyadari tantangan ini, kegiatan pengabdian masyarakat ini dirancang untuk memberikan pelatihan dan bimbingan tentang manajemen modal dan strategi promosi. Melalui pendekatan partisipatif, diharapkan para pelaku usaha dapat terlibat aktif dalam proses pembelajaran. Pelatihan ini tidak hanya akan membekali mereka dengan pengetahuan teoritis, tetapi juga keterampilan praktis yang dapat langsung diterapkan dalam usaha mereka. Sebuah studi oleh (Rahayu, S., & Kartika, 2021) menunjukkan bahwa pelatihan yang melibatkan praktik langsung dapat meningkatkan keterampilan manajerial dan pemasaran pelaku usaha di daerah terpencil.

Kegiatan ini juga bertujuan untuk membangun kesadaran akan pentingnya kolaborasi antara pelaku usaha dan lembaga pendidikan. Dengan melibatkan mahasiswa dan dosen dalam kegiatan ini,

diharapkan terjalin hubungan yang saling menguntungkan. Mahasiswa dapat menerapkan ilmu yang telah dipelajari di bangku kuliah, sementara masyarakat mendapatkan pengetahuan dan keterampilan yang mereka butuhkan untuk mengembangkan usaha. Hasil pengabdian masyarakat sebelumnya menunjukkan bahwa kolaborasi ini dapat meningkatkan efektivitas program dan keberlanjutan usaha (Sari, 2020).

Selain itu, dengan memperkuat kapasitas pelaku usaha di Desa Langagon, diharapkan dapat tercipta lingkungan yang kondusif untuk pertumbuhan ekonomi lokal. Peningkatan kemampuan manajerial dan pemasaran diharapkan dapat meningkatkan pendapatan masyarakat serta mengurangi tingkat pengangguran. Dengan demikian, kegiatan ini tidak hanya memberikan manfaat langsung bagi peserta, tetapi juga untuk seluruh komunitas di Desa Langagon.

Melalui pengabdian masyarakat ini, diharapkan akan terbentuk sinergi antara masyarakat, akademisi, dan pemerintah. Dengan dukungan yang kuat dari semua pihak, produk lokal Desa Langagon tidak hanya akan dikenal di tingkat lokal tetapi juga berpotensi untuk dipasarkan ke tingkat yang lebih luas. Dengan demikian, upaya ini diharapkan dapat memberikan kontribusi yang signifikan bagi peningkatan kesejahteraan masyarakat di Desa Langagon.

## METODE

Kegiatan pengabdian masyarakat ini dilaksanakan dengan pendekatan partisipatif yang melibatkan pelaku usaha lokal, mahasiswa, dan dosen. Metode pelaksanaan terdiri dari beberapa langkah berikut:

- Melakukan survei untuk mengidentifikasi kebutuhan dan tantangan yang dihadapi oleh pelaku usaha di Desa Langagon. Survei ini dilakukan melalui wawancara dan pengamatan langsung.
- Berdasarkan hasil survei, materi pelatihan disusun untuk mencakup aspek manajemen modal, pemasaran, dan promosi produk yang relevan.
- Mengadakan sesi ceramah yang diisi oleh dosen dan praktisi mengenai konsep dasar manajemen modal dan strategi pemasaran. Sesi ini bertujuan untuk memberikan pemahaman teoritis kepada peserta.
- Mengadakan workshop di mana peserta dapat langsung mempraktikkan manajemen modal dan teknik promosi. Ini meliputi pembuatan rencana bisnis, pengelolaan keuangan sederhana, dan penggunaan media sosial untuk promosi.
- Setelah sesi pelatihan, dilakukan pendampingan secara individu kepada pelaku usaha untuk membantu mereka menerapkan materi yang telah dipelajari. Pendampingan ini dilakukan dalam bentuk konsultasi dan pembimbingan langsung di lapangan.
- Setelah pelatihan dan pendampingan, dilakukan pengumpulan umpan balik dari peserta untuk mengevaluasi keberhasilan program. Ini dilakukan melalui kuesioner dan diskusi kelompok.

Dengan metode pelaksanaan yang terstruktur ini, diharapkan kegiatan pengabdian masyarakat dapat memberikan manfaat maksimal bagi pelaku usaha di Desa Langagon, serta meningkatkan kemampuan mereka dalam manajemen modal dan pemasaran produk.

## HASIL DAN PEMBAHASAN

Kegiatan pengabdian masyarakat yang dilaksanakan di Desa Langagon, Kecamatan Bolaang, Kabupaten Bolaang Mongondow Raya, menghasilkan beberapa temuan penting terkait Pelatihan Manajemen Modal Untuk Promosi Produk.



Gambar 1 (Pemaparan Materi)

Kegiatan pengabdian masyarakat di Desa Langagon yang bertujuan untuk meningkatkan manajemen modal dan promosi produk telah menunjukkan hasil yang signifikan. Dari pelatihan yang

dilaksanakan, peserta terdiri dari 30 pelaku usaha lokal yang bersemangat untuk belajar dan mengembangkan usaha mereka. Hasil survei awal menunjukkan bahwa 70% peserta merasa kesulitan dalam mengelola keuangan dan memasarkan produk mereka secara efektif. Oleh karena itu, pelatihan ini menjadi sangat relevan dan dibutuhkan oleh masyarakat.

Dalam sesi teori, peserta diberikan pemahaman dasar mengenai manajemen modal. Menurut (Mulyadi, 2016), Manajemen keuangan yang baik dapat secara signifikan meningkatkan kinerja usaha mikro dan kecil dengan menciptakan fondasi yang kuat untuk pengambilan keputusan yang tepat dan strategi pertumbuhan yang berkelanjutan. Dengan menerapkan prinsip-prinsip manajemen keuangan yang solid, pemilik usaha dapat merencanakan dan mengontrol arus kas, sehingga memastikan bahwa mereka memiliki likuiditas yang cukup untuk memenuhi kewajiban sehari-hari dan menghindari masalah finansial yang dapat mengancam kelangsungan usaha. Selain itu, manajemen keuangan yang efektif memungkinkan usaha mikro dan kecil untuk mengidentifikasi dan memanfaatkan peluang investasi yang menguntungkan, sekaligus meminimalkan risiko yang terkait dengan keputusan bisnis. Dengan menyusun anggaran yang realistis dan melakukan analisis kinerja secara berkala, pengusaha dapat mengevaluasi keberhasilan strategi yang diterapkan dan melakukan penyesuaian yang diperlukan untuk meningkatkan efisiensi operasional. Lebih jauh lagi, pengelolaan keuangan yang baik meningkatkan kredibilitas usaha di mata investor dan lembaga keuangan, sehingga memudahkan akses kepada sumber pembiayaan yang diperlukan untuk ekspansi. Dalam konteks ini, penggunaan teknologi keuangan atau fintech juga dapat mempercepat proses pengelolaan keuangan, memberikan akses yang lebih baik terhadap informasi keuangan, dan membantu pengusaha dalam membuat keputusan yang lebih informasional. Oleh karena itu, dengan mengintegrasikan praktik manajemen keuangan yang baik, usaha mikro dan kecil tidak hanya dapat meningkatkan kinerja mereka, tetapi juga membangun daya saing yang lebih kuat dalam pasar yang semakin kompetitif. Hal ini sejalan dengan apa yang terjadi di Desa Langagon di mana peserta mulai memahami pentingnya pengelolaan modal yang efisien. Mereka belajar cara mengatur anggaran, mencatat pemasukan dan pengeluaran, serta merencanakan investasi untuk usaha mereka.

Sesi praktik yang melibatkan pembuatan rencana bisnis menjadi salah satu bagian yang paling dinanti. Peserta dibimbing untuk menyusun rencana bisnis sederhana yang mencakup analisis pasar, proyeksi keuangan, dan strategi pemasaran. Menurut (Widiastuti, 2020), Penyusunan rencana bisnis yang baik dapat secara signifikan meningkatkan peluang keberhasilan usaha dengan memberikan kerangka kerja yang jelas untuk mencapai tujuan dan mengatasi tantangan yang mungkin dihadapi. Rencana bisnis yang terstruktur tidak hanya berfungsi sebagai peta jalan bagi pengusaha, tetapi juga membantu dalam mengidentifikasi pasar sasaran, merumuskan strategi pemasaran, dan mengalokasikan sumber daya secara efisien. Melalui proses ini, setiap peserta dilatih untuk menganalisis kondisi pasar dan menyusun rencana yang realistis dan aplikatif, sehingga mereka dapat menyesuaikan strategi bisnis dengan kebutuhan dan karakteristik lokal. Selain itu, rencana bisnis yang baik juga mencakup proyeksi keuangan yang memungkinkan pengusaha untuk memahami potensi pendapatan dan biaya, sehingga memudahkan mereka dalam pengambilan keputusan yang tepat. Dengan demikian, hasil dari pelatihan ini tidak hanya meningkatkan keterampilan peserta dalam menyusun rencana bisnis, tetapi juga membekali mereka dengan kepercayaan diri untuk mengimplementasikan ide-ide bisnis mereka di lapangan. Pada akhirnya, dengan memiliki rencana bisnis yang matang dan sesuai dengan kondisi lokal, peserta dapat meningkatkan peluang keberhasilan usaha mereka dan berkontribusi pada pertumbuhan ekonomi di komunitas mereka.

Pendampingan individu setelah pelatihan juga memberikan dampak yang besar. Dengan adanya bimbingan langsung, peserta dapat menerapkan teori yang telah dipelajari. Hasil evaluasi menunjukkan bahwa 80% peserta merasa lebih percaya diri dalam mengelola keuangan dan memasarkan produk mereka. Hal ini sejalan dengan penelitian oleh (Rahmawati, 2019) yang menunjukkan bahwa pendampingan pasca pelatihan dapat meningkatkan keterampilan praktis pelaku usaha.

Salah satu aspek yang sangat penting adalah penggunaan media sosial sebagai alat promosi. Dalam era digital, pemasaran melalui platform online sangatlah relevan. Peserta diajarkan cara menggunakan Instagram dan Facebook untuk mempromosikan produk mereka. Menurut (Prasetyo, 2021), Pemanfaatan media sosial dapat secara signifikan meningkatkan visibilitas produk dan menarik lebih banyak konsumen, menjadi alat yang sangat efektif dalam strategi pemasaran modern. Dengan platform-platform seperti Instagram, Facebook, dan TikTok, usaha kecil dapat menjangkau audiens

yang lebih luas tanpa batasan geografis, serta berinteraksi langsung dengan konsumen. Media sosial memungkinkan pengusaha untuk menampilkan produk mereka secara menarik melalui konten visual yang kreatif, seperti foto dan video, yang dapat menarik perhatian calon pembeli. Hasilnya, beberapa peserta dalam program ini berhasil melakukan promosi produk mereka secara online dengan memanfaatkan teknik pemasaran digital yang tepat, seperti iklan berbayar dan kolaborasi dengan influencer lokal. Mereka tidak hanya mampu memperkenalkan produk mereka kepada audiens yang lebih luas, tetapi juga mendapatkan respons positif dari masyarakat, yang terlihat dari meningkatnya keterlibatan, komentar, dan interaksi di postingan mereka. Dengan feedback yang konstruktif dari konsumen, peserta dapat melakukan penyesuaian pada strategi pemasaran mereka untuk lebih memenuhi ekspektasi pasar. Selain itu, keberhasilan promosi ini juga membuka peluang bagi peserta untuk membangun komunitas pelanggan yang setia, yang sangat penting dalam menciptakan keunggulan kompetitif di era digital saat ini.

Dalam proses evaluasi, umpan balik dari peserta menunjukkan bahwa mereka merasakan peningkatan pengetahuan dan keterampilan. Sebanyak 90% peserta menyatakan bahwa pelatihan ini sangat bermanfaat dan berharap kegiatan serupa dapat dilanjutkan. Hal ini mencerminkan keberhasilan program dalam menjawab kebutuhan masyarakat akan pengetahuan manajemen modal dan promosi produk.

Selain itu, kegiatan ini juga mendorong terciptanya jaringan antar pelaku usaha. Dengan adanya interaksi antara peserta, mereka saling berbagi pengalaman dan mendukung satu sama lain dalam mengembangkan usaha. Menurut (Sari, 2020), Kolaborasi antar pelaku usaha dapat menciptakan sinergi yang positif untuk pertumbuhan ekonomi lokal dengan memanfaatkan kekuatan dan keahlian masing-masing pihak untuk mencapai tujuan bersama. Melalui kerjasama ini, pelaku usaha dapat berbagi sumber daya, informasi, dan jaringan, yang memungkinkan mereka untuk mengurangi biaya operasional dan meningkatkan efisiensi. Misalnya, usaha kecil dapat berkolaborasi dalam pengadaan bahan baku, sehingga mereka mendapatkan harga yang lebih baik dan mengurangi risiko dalam rantai pasokan. Selain itu, kolaborasi ini juga mendorong inovasi, di mana ide-ide baru dapat muncul dari pertukaran pemikiran dan pengalaman antar pelaku usaha. Dengan bergabung dalam komunitas atau asosiasi bisnis, mereka dapat memperkuat posisi tawar mereka di pasar dan meningkatkan daya saing bersama. Sinergi ini tidak hanya menguntungkan para pelaku usaha, tetapi juga berdampak positif pada perekonomian lokal secara keseluruhan, karena kolaborasi dapat menciptakan lapangan kerja, meningkatkan pendapatan, dan memperkuat jaringan ekonomi di daerah tersebut. Dengan demikian, kolaborasi antar pelaku usaha menjadi kunci untuk menciptakan ekosistem bisnis yang berkelanjutan dan mendorong pertumbuhan ekonomi yang inklusif. Jaringan ini diharapkan dapat menjadi modal sosial yang kuat bagi masyarakat Desa Langagon.

Meskipun hasil kegiatan ini positif, tantangan tetap ada. Beberapa peserta mengaku masih kesulitan dalam menerapkan ilmu yang didapat, terutama dalam hal akses terhadap teknologi. Oleh karena itu, perlu ada tindak lanjut yang lebih intensif untuk memastikan keberlanjutan program ini. Menurut (Hidayati, 2022), Keberhasilan program pengabdian masyarakat juga ditentukan oleh dukungan berkelanjutan dari berbagai pihak, termasuk pemerintah dan lembaga pendidikan, yang memainkan peran krusial dalam menciptakan lingkungan yang kondusif untuk implementasi program. Dukungan dari pemerintah, baik dalam bentuk kebijakan, pendanaan, maupun fasilitas, sangat penting untuk memastikan bahwa program dapat dilaksanakan dengan efektif dan mencapai target yang diinginkan. Pemerintah dapat memberikan akses kepada sumber daya yang diperlukan, seperti infrastruktur dan informasi, serta menciptakan regulasi yang mendukung inisiatif pengabdian masyarakat. Di sisi lain, lembaga pendidikan berkontribusi dengan menyediakan pengetahuan, keterampilan, dan penelitian yang relevan, sehingga program dapat didasarkan pada pendekatan yang ilmiah dan berbasis bukti. Kolaborasi antara akademisi dan praktisi juga memungkinkan pertukaran ide dan pengalaman yang dapat memperkaya program, serta meningkatkan kapasitas pelaku usaha di lapangan. Selain itu, dukungan masyarakat lokal juga menjadi faktor penting dalam keberhasilan program, karena tanpa partisipasi aktif dari masyarakat, tujuan program tidak akan tercapai. Dengan demikian, sinergi antara pemerintah, lembaga pendidikan, dan masyarakat merupakan kunci untuk menciptakan program pengabdian masyarakat yang berkelanjutan dan berdampak positif bagi perkembangan daerah.

Secara keseluruhan, kegiatan pengabdian masyarakat ini berhasil memberikan dampak positif bagi pelaku usaha di Desa Langagon. Melalui peningkatan manajemen modal dan strategi promosi, diharapkan usaha lokal dapat tumbuh dan berkontribusi pada perekonomian desa. Dengan dukungan

yang berkelanjutan, produk lokal Desa Langagon berpotensi untuk dikenal lebih luas, baik di tingkat lokal maupun nasional.

### SIMPULAN

Kegiatan pengabdian masyarakat yang dilaksanakan di Desa Langagon telah berhasil menjawab tantangan yang dihadapi oleh pelaku usaha lokal dalam manajemen modal dan promosi produk. Melalui pelatihan yang terstruktur, peserta tidak hanya memperoleh pengetahuan teoritis tetapi juga keterampilan praktis yang dapat langsung diterapkan dalam usaha mereka. Hasil evaluasi menunjukkan adanya peningkatan kepercayaan diri dan pemahaman peserta mengenai pentingnya pengelolaan keuangan dan pemasaran yang efektif. Dengan adanya pendampingan dan bimbingan individu, peserta mampu menyusun rencana bisnis yang aplikatif serta memanfaatkan media sosial untuk meningkatkan visibilitas produk mereka.

Keberhasilan kegiatan ini juga menunjukkan pentingnya kolaborasi antara akademisi, pelaku usaha, dan masyarakat. Jaringan yang terbentuk selama kegiatan diharapkan dapat mendorong sinergi yang positif untuk pengembangan ekonomi lokal. Meskipun demikian, tantangan dalam penerapan ilmu yang telah didapat masih perlu diatasi melalui dukungan berkelanjutan dari berbagai pihak. Dengan demikian, kegiatan ini memberikan kontribusi yang signifikan terhadap peningkatan kesejahteraan masyarakat di Desa Langagon dan dapat menjadi model bagi program pengabdian masyarakat di daerah lainnya.

### SARAN

1. Agar kegiatan pengabdian masyarakat ini diikuti dengan program tindak lanjut yang lebih intensif. Pendampingan berkala dan sesi evaluasi dapat membantu peserta untuk tetap menerapkan manajemen modal dan strategi promosi yang telah dipelajari. Hal ini penting untuk memastikan keberlanjutan dampak positif dari pelatihan.
2. Mendorong terbentuknya jaringan antara pelaku usaha dan akademisi di tingkat lokal. Kegiatan seperti forum bisnis atau kelompok diskusi dapat menjadi wadah bagi pelaku usaha untuk saling berbagi pengalaman, tantangan, dan solusi dalam mengembangkan usaha mereka.
3. Mengingat pentingnya media sosial dalam promosi, disarankan untuk melakukan pelatihan lebih lanjut mengenai penggunaan platform digital. Pelatihan ini dapat mencakup teknik pemasaran digital yang lebih mendalam, sehingga pelaku usaha dapat memanfaatkan teknologi secara optimal.
4. Agar program ini lebih efektif, kerja sama dengan pemerintah lokal sangat penting. Dukungan dari pemerintah dalam bentuk kebijakan yang mendukung pengembangan usaha mikro dan kecil, serta akses ke sumber daya, akan sangat membantu pelaku usaha di Desa Langagon.
5. Mengingat keberhasilan kegiatan ini, disarankan untuk melakukan studi kasus yang lebih mendalam dan memublikasikannya. Penelitian yang lebih komprehensif tentang dampak program ini dapat menjadi referensi bagi program pengabdian masyarakat di daerah lain dan memberikan wawasan lebih lanjut tentang praktik terbaik dalam pengembangan usaha lokal.

### UCAPAN TERIMA KASIH

Kami mengucapkan terima kasih yang sebesar-besarnya kepada:

1. Kepada Pemerintah Desa Langagon. Terima kasih atas dukungan dan kerjasama yang telah diberikan dalam pelaksanaan kegiatan ini. Apresiasi atas fasilitasi dan izin yang memudahkan kami untuk berinteraksi dengan masyarakat.
2. Kepada Masyarakat Desa Langagon. Kami mengucapkan terima kasih atas antusiasme dan partisipasi aktif dalam setiap sesi kegiatan. Penghargaan yang tinggi kami berikan atas keterbukaan masyarakat dalam menerima ilmu dan informasi yang dibagikan.
3. Kepada Dosen dan Rekan Pengabdian. Terima kasih kepada semua dosen yang telah berkontribusi dengan pemikiran dan pengalaman dalam merancang program ini. Apresiasi khusus untuk dukungan dan bimbingan yang telah diberikan selama proses pelaksanaan kegiatan.
4. Kepada Mahasiswa. Terima kasih kepada mahasiswa yang telah berpartisipasi aktif dan menunjukkan dedikasi dalam kegiatan ini. Apresiasi atas semangat dan kreativitas yang telah ditunjukkan, yang sangat membantu dalam keberhasilan program.

**DAFTAR PUSTAKA**

- Chaffey, D. (2019). *Digital Marketing: Strategy, Implementation, and Practice*. Pearson Education.
- Hidayati, Y. (2022). Dukungan Berkelanjutan dalam Program Pengabdian Masyarakat: Tantangan dan Peluang. *Jurnal Pengabdian Masyarakat*, 6(1), 45–53.
- Kotler, P., & Keller, K. L. (2016). *Marketing Management*. Pearson Education.
- Mulyadi, D. (2016). *Manajemen Keuangan Mikro untuk Usaha Kecil dan Menengah*. Yogyakarta: Andi.
- Prasetyo, A. (2021). Pemanfaatan Media Sosial sebagai Alat Promosi Produk di Kalangan Usaha Mikro. *Jurnal Ilmiah Ekonomi*, 12(2), 78–85.
- Rahayu, S., & Kartika, D. (2021). Dampak Pelatihan Manajemen Modal terhadap Kinerja Usaha Mikro di Daerah Terpencil. *Jurnal Pengabdian Masyarakat*, 5(2), 101–110.
- Rahmawati, S. (2019). Dampak Pendampingan Pasca Pelatihan terhadap Keterampilan Pelaku Usaha. *Jurnal Pengabdian Masyarakat*, 5(3), 90–97.
- Sari. (2020). Kolaborasi Antara Perguruan Tinggi dan Masyarakat dalam Program Pengabdian. *Jurnal Ilmiah Pendidikan*, 8(1), 55–62.
- Widiastuti, R. (2020). Strategi Penyusunan Rencana Bisnis bagi Pelaku Usaha Mikro. *Jurnal Manajemen Dan Kewirausahaan*, 8(2), 115–123.