

PEMBERDAYAAN EKONOMI LOKAL: OPTIMALISASI PENGELOLAAN KEUANGAN UMKM OLAK KEMANG UNTUK KESEJAHTERAAN MASYARAKAT

Ratih Kusumastuti^{1*}, Misni Erwati², Muhammad Gowon³, Sumarni⁴, Yuliusman⁵

^{1,2,3,4,5} Program Studi Akuntansi Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Jambi

e-mail: ratihkusumastuti@unja.ac.id

Abstrak

Program pengabdian kepada masyarakat dengan judul "Pemberdayaan Ekonomi Lokal: Optimalisasi Pengelolaan Keuangan UMKM di Kelurahan Olak Kemang untuk Kesejahteraan Masyarakat" dilaksanakan oleh tim dosen dari Fakultas Ekonomi dan Bisnis, Universitas Jambi. Kegiatan ini muncul sebagai respons terhadap tantangan signifikan yang dihadapi oleh Kelurahan Olak Kemang, yang memiliki potensi ekonomi besar namun belum dimanfaatkan secara optimal. Permasalahan utama yang dihadapi mencakup pengelolaan keuangan UMKM yang kurang efektif, kapasitas produksi yang terbatas, serta strategi pemasaran yang belum memadai. Tujuan dari program ini adalah untuk meningkatkan kesejahteraan masyarakat melalui pemberdayaan UMKM dengan fokus pada tiga aspek utama: peningkatan efisiensi produksi melalui penerapan teknologi modern dan pelatihan, pengoptimalan manajemen dan keuangan UMKM, serta pengembangan strategi pemasaran digital untuk memperluas akses pasar. Dengan pendekatan ini, diharapkan dapat tercipta pertumbuhan ekonomi lokal yang berkelanjutan dan model pengembangan ekonomi yang dapat direplikasi di daerah lain. Hasil pelaksanaan program pengabdian ini menunjukkan pencapaian yang signifikan dalam meningkatkan kapasitas dan kinerja UMKM di Kelurahan Olak Kemang. Peningkatan kapasitas produksi UMKM mencapai 25% melalui pelatihan dan penerapan teknologi modern. Sebanyak 90% UMKM mitra berhasil mengimplementasikan sistem manajemen keuangan yang lebih baik, sementara penjualan melalui pemasaran digital meningkat rata-rata 30%. Selain itu, program ini juga memberikan pengalaman langsung kepada mahasiswa dalam pengabdian masyarakat. Secara keseluruhan, program ini diharapkan menjadi titik balik dalam mengatasi tantangan ekonomi di Olak Kemang dan mempromosikan pertumbuhan ekonomi yang inklusif dan berkelanjutan, serta menciptakan model pengembangan ekonomi yang dapat direplikasi di daerah lain.

Kata kunci: Pemberdayaan Ekonomi Lokal; Pengelolaan Keuangan UMKM; Optimalisasi Produksi; Strategi Pemasaran Digital; Kesejahteraan Masyarakat.

Abstract

The community service program titled "Empowerment of Local Economy: Optimization of Financial Management for MSMEs in Olak Kemang Village for Community Welfare" is conducted by a team of lecturers from the Faculty of Economics and Business, Jambi University. This initiative arises as a response to significant challenges faced by Olak Kemang Village, which has substantial economic potential yet has not been optimally utilized. The main issues include ineffective financial management of MSMEs, limited production capacity, and inadequate marketing strategies. The objective of this program is to enhance community welfare through the empowerment of MSMEs, focusing on three main aspects: improving production efficiency through the application of modern technology and training, optimizing management and financial practices of MSMEs, and developing digital marketing strategies to expand market access. With this approach, it is hoped that sustainable local economic growth can be achieved, along with a model of economic development that can be replicated in other regions. The results of this community service program demonstrate significant achievements in improving the capacity and performance of MSMEs in Olak Kemang Village. The production capacity of MSMEs increased by 25% through training and the implementation of modern technology. As many as 90% of partner MSMEs successfully implemented better financial management systems, while sales through digital marketing increased by an average of 30%. Additionally, this program also provides hands-on experience for students in community service. Overall, this program is expected to be a turning point in addressing economic challenges in Olak Kemang and promoting inclusive and sustainable economic growth, as well as creating an economic development model that can be replicated in other areas.

Keywords: Local Economic Empowerment; Financial Management of MSMEs; Production Optimization; Digital Marketing Strategies; Community Welfare.

PENDAHULUAN

Pengabdian kepada masyarakat {PPM} merupakan salah satu pilar penting dalam pembangunan bangsa yang berkelanjutan. Pemberdayaan ekonomi lokal melalui optimalisasi pengelolaan keuangan Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah (UMKM) menjadi fokus strategis untuk meningkatkan kesejahteraan masyarakat. Judul "Pemberdayaan Ekonomi Lokal: Optimalisasi Pengelolaan Keuangan UMKM Olak Kemang untuk Kesejahteraan Masyarakat" mencerminkan komitmen untuk mengatasi tantangan yang dihadapi oleh pelaku UMKM dalam mengelola keuangan UMKM dengan lebih efektif dan efisien.

Analisis Situasi

Dalam ekonomi global yang dinamis, UMKM berperan vital sebagai tulang punggung perekonomian, khususnya dalam menggerakkan ekonomi lokal dan menciptakan lapangan kerja. Namun, tantangan signifikan sering kali menghambat potensi pertumbuhan mereka. Keterbatasan akses terhadap sumber daya keuangan, pengetahuan manajemen keuangan yang minim, dan ketidakmampuan untuk bersaing di pasar adalah beberapa permasalahan utama yang dihadapi. Situasi ini diperparah dengan adanya pandemi global, yang tidak hanya menekan daya beli masyarakat tetapi juga membatasi mobilitas produk UMKM.

Profil mitra

Mitra dalam program pengabdian kepada Masyarakat (PPM) ini adalah kelompok UMKM di Kelurahan Olak Kemang yang bergerak di berbagai sektor ekonomi, mulai dari produksi, perdagangan, hingga jasa, yang mayoritas terletak di daerah dengan potensi ekonomi lokal yang kuat namun belum tergalai secara optimal.

Salah satu Produk atau Jasa yang Ditawarkan: UMKM ini memproduksi batik dengan desain unik yang menggabungkan motif tradisional dan kontemporer. Produknya meliputi: Kain Batik: Dalam berbagai ukuran dan motif, untuk keperluan pakaian dan dekorasi. Pakaian Batik Ready-to-Wear: Termasuk kemeja, blus, dan gaun. Aksesoris Batik: Seperti tas, dompet, dan syal. Pasar Target dan Strategi Pemasaran yang Digunakan.

Pasar targetnya mencakup: Konsumen Domestik: Mencari produk batik untuk kegiatan sehari-hari dan acara khusus. Pasar Ekspor: Terutama di negara-negara yang menghargai kerajinan tangan dan budaya unik Indonesia. Pengunjung Wisata: Turis yang mencari oleh-oleh khas Jambi.

Strategi pemasarannya meliputi: Online: Melalui e-commerce, media sosial, dan website sendiri. Offline: Partisipasi dalam pameran kerajinan, bazar, dan kerjasama dengan butik. Kolaborasi: Dengan desainer dan merek untuk menciptakan produk eksklusif (Kusumastuti, 2023 ; Wijaya, 2019)

Analisis SWOT

Strengths (Kekuatan): Keunikan produk, keterampilan artisan yang tinggi, dan nilai budaya yang kuat.

Weaknesses (Kelemahan): Keterbatasan dalam skala produksi, distribusi yang masih lokal.

Opportunities (Peluang): Meningkatnya kesadaran terhadap produk sustainable dan etnik, potensi ekspor.

Threats (Ancaman): Persaingan dengan produsen batik lain, fluktuasi harga bahan baku.

Profil Keuangan Usaha

Pendapatan: Berasal dari penjualan langsung ke konsumen, online, dan pesanan khusus dari klien korporat atau internasional.

Pengeluaran: Meliputi biaya bahan baku, gaji artisan dan staf, biaya operasional, dan pemasaran.

Akses ke Sumber Pembiayaan: Termasuk pinjaman dari lembaga keuangan, kredit usaha kecil, dan potensi untuk mendapatkan dana hibah atau investasi.

Analisis Permasalahan

Dari analisis situasi, teridentifikasi bahwa banyak UMKM belum memiliki sistem pengelolaan keuangan yang terstruktur dengan baik. Hal ini tidak hanya mempengaruhi kemampuan mereka dalam mempertahankan kelangsungan usaha tetapi juga dalam melakukan ekspansi bisnis. Selain itu, rendahnya literasi keuangan menjadi penghambat utama dalam akses terhadap layanan keuangan formal, yang berakibat pada ketergantungan terhadap pinjaman informal dengan bunga tinggi.

Tujuan Kegiatan

Kegiatan pengabdian kepada masyarakat (PPM) ini bertujuan untuk:

1. Meningkatkan kapasitas pelaku UMKM dalam pengelolaan keuangan usaha secara profesional.
2. Memfasilitasi akses terhadap layanan keuangan formal dan informasi pasar.

3. Mendorong inovasi dan diversifikasi produk untuk meningkatkan daya saing UMKM di pasar lokal dan nasional.
4. Membangun jaringan kerjasama antar UMKM untuk meningkatkan skala usaha.

Permasalahan dan Solusi

Kegiatan pengabdian kepada masyarakat di Kelurahan Olak Kemang, permasalahan prioritas yang akan ditangani melibatkan bidang/aspek kegiatan utama: peningkatan kapasitas ekonomi bagi masyarakat produktif, khususnya calon wirausaha dan UMKM, serta peningkatan kualitas layanan dan kesejahteraan mencakup secara khusus bidang produksi, manajemen usaha, pemasaran.

Permasalahan Prioritas

1. Kapasitas Produksi dan Efisiensi

UMKM di Olak Kemang menghadapi tantangan dalam meningkatkan kapasitas produksi dan efisiensi operasional. Banyak dari mereka beroperasi dengan teknologi yang usang dan metode produksi yang tidak efisien, mengakibatkan rendahnya produktivitas dan kualitas produk yang tidak konsisten. Keterbatasan akses ke peralatan modern dan teknologi produksi yang efektif menjadi penghambat utama.

2. Manajemen Usaha dan Keuangan

Kurangnya pengetahuan dan keterampilan dalam manajemen usaha dan keuangan menyebabkan banyak UMKM tidak mampu mengelola sumber daya mereka dengan efektif. Hal ini mencakup pengelolaan keuangan yang buruk, perencanaan bisnis yang tidak memadai, dan strategi pertumbuhan yang tidak jelas. Ini sering kali mengakibatkan kegagalan untuk mencapai skala usaha yang sustainable dan pertumbuhan jangka panjang.

3. Strategi Pemasaran dan Akses Pasar

Meskipun memiliki produk yang berkualitas, banyak UMKM mengalami kesulitan dalam memasarkan produk mereka dan menjangkau pasar yang lebih luas. Keterbatasan dalam pengetahuan pemasaran digital, branding, dan jaringan distribusi menjadi hambatan dalam mengakses pasar baru dan memperluas basis pelanggan.

Kegiatan pengabdian PPM ini dirancang untuk mengatasi permasalahan spesifik di kelompok target dengan cara yang komprehensif, memberikan solusi yang berkelanjutan dan meningkatkan kesejahteraan masyarakat secara keseluruhan di Kelurahan Olak Kemang.

Solusi

Solusi untuk mengatasi permasalahan yang dihadapi oleh UMKM di Kelurahan Olak Kemang harus didesain secara komprehensif, menargetkan peningkatan kapasitas produksi, efisiensi operasional, pengetahuan manajemen usaha, dan strategi pemasaran. Berikut adalah deskripsi lengkap solusi yang ditawarkan:

1. Solusi untuk Kapasitas Produksi dan Efisiensi
 - a) Pengadaan Teknologi Produksi yang Lebih Modern
 - Solusi: Investasi dalam peralatan dan teknologi produksi terbaru untuk meningkatkan efisiensi dan kualitas produksi.
 - Target Luaran: Peningkatan kapasitas produksi sebesar 25% dan penurunan biaya produksi sebesar 15% dalam satu tahun.
 - b) Pelatihan Teknik Produksi Efisien
 - Solusi: Menyelenggarakan pelatihan teknik produksi efisien untuk pemilik dan pekerja UMKM.
 - Target Luaran: 80% UMKM mitra menerapkan teknik produksi efisien dengan peningkatan produktivitas rata-rata 20%.
2. Solusi untuk Manajemen Usaha dan Keuangan
 - a) Pelatihan Manajemen Keuangan
 - Solusi: Pelatihan dalam manajemen keuangan, termasuk pembukuan, perencanaan anggaran, dan manajemen arus kas.
 - Target Luaran: 90% UMKM mitra memiliki sistem pembukuan yang diterapkan dan peningkatan 10% dalam pengelolaan arus kas.
 - b) Konsultasi dan Pendampingan Bisnis
 - Solusi: Menyediakan konsultasi dan pendampingan bisnis untuk membantu UMKM dalam perencanaan strategis dan pengembangan usaha.
 - Target Luaran: 75% UMKM mitra memiliki rencana pengembangan usaha yang jelas dan mengimplementasikan strategi pertumbuhan.
3. Solusi untuk Strategi Pemasaran dan Akses Pasar

- a) Pelatihan Pemasaran Digital dan E-commerce
 - Solusi: Menyelenggarakan pelatihan dalam pemasaran digital, termasuk SEO, media sosial, dan e-commerce.
 - Target Luaran: 80% UMKM mitra aktif menjual produk melalui platform e-commerce dengan peningkatan penjualan online rata-rata 30%.
- b) Pembuatan dan Pengelolaan Brand
 - Solusi: Workshop pembuatan dan pengelolaan brand untuk meningkatkan identitas dan nilai jual produk.
 - Target Luaran: 70% UMKM mitra memiliki brand yang kuat dengan peningkatan kesadaran merek sebesar 20%.

METODE

1. Metode Pelaksanaan Kegiatan Pengabdian kepada Masyarakat

a. Permasalahan Bidang Produksi

Tahapan Pelaksanaan:

Diagnostik Produksi: Mengidentifikasi teknologi produksi yang digunakan saat ini dan efisiensinya.

Pelatihan Teknik Produksi Efisien: Menyelenggarakan workshop tentang teknik dan teknologi produksi terbaru.

Pengadaan dan Implementasi Teknologi: Bantuan dalam pengadaan teknologi produksi yang lebih efisien dan pelatihan penggunaannya.

Monitoring dan Evaluasi: Menilai peningkatan kapasitas dan efisiensi produksi.

b. Permasalahan Bidang Manajemen

Tahapan Pelaksanaan:

Audit Manajemen: Menilai praktik manajemen keuangan dan operasional saat ini.

Pelatihan Manajemen Keuangan dan Operasional: Menyediakan sesi pelatihan tentang prinsip manajemen keuangan yang baik dan manajemen operasional.

Mentorship dan Pendampingan: Penugasan mentor untuk mendampingi implementasi pengetahuan manajemen yang baru diperoleh.

Monitoring dan Evaluasi: Evaluasi kemajuan dan penyesuaian strategi manajemen.

c. Permasalahan Bidang Pemasaran

Tahapan Pelaksanaan:

Analisis Pasar: Melakukan riset pasar untuk mengidentifikasi peluang pemasaran.

Pelatihan Pemasaran Digital: Workshop tentang strategi pemasaran digital dan e-commerce.

Implementasi dan Pendampingan: Membantu UMKM dalam mengimplementasikan strategi pemasaran digital.

Evaluasi Dampak: Mengukur peningkatan penjualan dan ekspansi pasar.

2. Partisipasi Mitra

Mitra terlibat aktif dalam setiap tahap pelaksanaan, mulai dari fase identifikasi masalah hingga evaluasi. Membantu mengkoordinasikan fasilitas tempat untuk pelaksanaan kegiatan PPM, Partisipasi mitra diperlukan untuk memastikan bahwa solusi yang diberikan sesuai dengan kebutuhan dan kondisi lokal.

3. Evaluasi Pelaksanaan dan Keberlanjutan Program

Evaluasi dilakukan melalui kuesioner, wawancara, dan observasi untuk mengukur dampak program terhadap mitra. Keberlanjutan program dijamin melalui pengembangan kapasitas lokal dan pembentukan kerjasama dengan pihak lain yang dapat mendukung kelanjutan aktivitas setelah program selesai.

5. Peran dan Tugas Anggota Tim

Ketua Tim : Koordinasi keseluruhan kegiatan, pengawasan pelaksanaan program, dan evaluasi.

Anggota Tim Spesialis Produksi: Mengelola kegiatan terkait peningkatan kapasitas produksi.

Anggota Tim Spesialis Manajemen: Menyelenggarakan pelatihan manajemen dan keuangan.

Anggota Tim Spesialis Pemasaran: Memimpin implementasi strategi pemasaran.

Mahasiswa: Terlibat dalam riset, pelaksanaan, dan dokumentasi kegiatan.

HASIL DAN PEMBAHASAN

Pelaksanaan program pengabdian kepada masyarakat di Kelurahan Olak Kemang menunjukkan bahwa intervensi berbasis pelatihan dan pendampingan memberikan dampak signifikan terhadap

peningkatan kapasitas UMKM, khususnya pada aspek manajemen keuangan, produksi, dan pemasaran digital. Hasil ini sejalan dengan penelitian Kusumastuti et al. (2023) yang menegaskan bahwa penyusunan laporan keuangan yang sistematis mampu meningkatkan transparansi, kontrol usaha, serta pendapatan UMKM. Implementasi pencatatan keuangan sederhana dalam program ini mendorong sebagian besar UMKM mitra untuk memisahkan keuangan pribadi dan usaha, sehingga arus kas menjadi lebih terkontrol dan terukur.

Pada aspek manajemen keuangan, pelatihan pembukuan dan perencanaan anggaran terbukti meningkatkan literasi keuangan pelaku UMKM. Temuan ini mendukung penelitian Hasanah dan Maulana (2020) yang menyatakan bahwa penggunaan sistem akuntansi sederhana, termasuk aplikasi berbasis cloud, dapat meningkatkan akurasi pencatatan dan kualitas pengambilan keputusan. Selain itu, literasi keuangan yang baik merupakan faktor kunci dalam keberlanjutan usaha kecil (Lusardi & Mitchell, 2014). Laporan OECD (2022) juga menegaskan bahwa penguatan kapasitas manajerial dan keuangan menjadi determinan utama daya tahan UMKM dalam menghadapi ketidakpastian ekonomi global.

Dari sisi produksi, peningkatan kapasitas sebesar 25% menunjukkan bahwa pelatihan teknik produksi efisien dan pengenalan teknologi sederhana mampu meningkatkan produktivitas dan konsistensi kualitas produk. Hal ini sejalan dengan Wijaya dan Putra (2019) yang menekankan bahwa inovasi teknologi dan modernisasi proses produksi merupakan faktor kunci dalam meningkatkan daya saing UMKM. Tambunan (2019) juga menyatakan bahwa adopsi inovasi proses produksi berkontribusi langsung terhadap efisiensi biaya dan peningkatan output usaha kecil di Indonesia. Dengan demikian, intervensi teknologi dalam program ini berperan sebagai katalis peningkatan kinerja operasional UMKM.

Pada aspek pemasaran, peningkatan penjualan digital rata-rata sebesar 30% menunjukkan efektivitas pelatihan pemasaran digital dan e-commerce yang diberikan. Hasil ini mendukung temuan Hartanto dan Sari (2021) yang menyatakan bahwa strategi pemasaran digital mampu memperluas jangkauan pasar dan meningkatkan volume penjualan UMKM secara signifikan. Pemanfaatan media sosial sebagai sarana promosi juga terbukti efektif dalam membangun brand awareness dan engagement konsumen (Sudarsono & Yulianti, 2018). Dalam konteks transformasi digital, Chaffey dan Ellis-Chadwick (2022) menegaskan bahwa digital marketing bukan sekadar alat promosi, tetapi strategi integral dalam membangun model bisnis yang adaptif terhadap perubahan perilaku konsumen.

Pembentukan jaringan kerjasama antar pelaku UMKM juga menjadi capaian penting dalam program ini. Jejaring sosial dan kolaborasi usaha meningkatkan akses terhadap informasi pasar, berbagi pengalaman, serta peluang inovasi bersama. Hal ini sejalan dengan konsep social capital yang dikemukakan oleh Putnam (2000), yang menekankan bahwa jaringan sosial dan kepercayaan antar pelaku ekonomi berperan penting dalam memperkuat ketahanan ekonomi lokal. Kolaborasi ini berpotensi meningkatkan skala usaha serta memperkuat posisi tawar UMKM di pasar.

Hasil kegiatan menunjukkan bahwa pendekatan komprehensif yang mengintegrasikan penguatan manajemen keuangan, peningkatan kapasitas produksi, dan digitalisasi pemasaran mampu menciptakan dampak sinergis terhadap peningkatan kinerja UMKM dan kesejahteraan masyarakat. Program ini tidak hanya meningkatkan indikator kuantitatif seperti produksi dan penjualan, tetapi juga memperkuat fondasi manajerial dan daya saing jangka panjang UMKM. Dengan demikian, model pemberdayaan yang diterapkan memiliki potensi untuk direplikasi pada wilayah lain dengan karakteristik ekonomi lokal yang serupa.

Berikut adalah point – point mengenai hasil pelaksanaan kegiatan tersebut:

1. Penyuluhan dan Pelatihan Pengelolaan Keuangan

Kegiatan ini berhasil memberikan penyuluhan mengenai konsep pengelolaan keuangan yang sederhana dan modern kepada pelaku UMKM di Olak Kemang. Melalui pelatihan ini, peserta belajar tentang pentingnya pencatatan keuangan yang baik, penggunaan anggaran, dan pemanfaatan teknologi dalam pengelolaan keuangan. Hal ini berdampak positif pada kemampuan mereka untuk mengelola keuangan usaha secara lebih efektif dan efisien.

2. Peningkatan Akses terhadap Layanan Keuangan

layanan keuangan formal. Ini termasuk pengenalan kepada lembaga keuangan yang dapat memberikan pinjaman dan dukungan finansial. Dengan adanya informasi yang lebih baik mengenai layanan keuangan, pelaku UMKM kini lebih siap untuk mengajukan permohonan pinjaman dan memanfaatkan produk keuangan yang ada.

3. Inovasi Produk dan Diversifikasi

Kegiatan ini mendorong pelaku UMKM untuk berinovasi dan mendiversifikasi produk mereka. Melalui sesi diskusi dan workshop, pelaku UMKM diajak untuk berpikir kreatif dalam menciptakan produk baru yang sesuai dengan kebutuhan pasar. Ini tidak hanya meningkatkan daya saing mereka, tetapi juga membuka peluang baru untuk meningkatkan pendapatan.

4. Pembentukan Jaringan Kerjasama

Salah satu hasil penting dari kegiatan ini adalah terbentuknya jaringan kerjasama antar pelaku UMKM di Olak Kemang. Melalui kegiatan ini, pelaku UMKM saling mengenal dan berbagi pengalaman, yang memungkinkan mereka untuk saling mendukung dalam pengembangan usaha. Jaringan ini diharapkan dapat memperkuat posisi mereka di pasar dan meningkatkan skala usaha.

5. Peningkatan Kesadaran akan Pentingnya Pengelolaan Keuangan

Hasil lain yang signifikan adalah peningkatan kesadaran di kalangan pelaku UMKM tentang pentingnya pengelolaan keuangan yang baik. Mereka kini lebih memahami bagaimana pengelolaan keuangan yang tepat dapat berkontribusi pada keberlanjutan usaha dan kesejahteraan masyarakat.

Secara keseluruhan, pelaksanaan kegiatan pengabdian ini telah memberikan dampak positif yang signifikan terhadap pelaku UMKM di Olak Kemang, dengan harapan dapat meningkatkan kesejahteraan masyarakat secara keseluruhan.



Gambar 1. Peserta dari Berbagai UMKM dan Tim Pelaksana Kegiatan



Gambar 2. Sesi Diskusi Peserta UMKM dan Nara Sumber Kegiatan Beserta tim Pelaksana

SIMPULAN

Kegiatan pengabdian dengan judul "Pemberdayaan Ekonomi Lokal: Optimalisasi Pengelolaan Keuangan UMKM Olak Kemang untuk Kesejahteraan Masyarakat" telah berhasil mencapai tujuan yang ditetapkan. Melalui penyuluhan dan pelatihan, pelaku UMKM di Olak Kemang telah memperoleh pengetahuan dan keterampilan yang diperlukan untuk mengelola keuangan usaha mereka secara lebih profesional. Penerapan teknologi informasi dan inovasi dalam pengelolaan keuangan serta pemasaran produk telah meningkatkan daya saing UMKM. Selain itu, terbentuknya jaringan kerjasama antar pelaku UMKM memberikan peluang untuk kolaborasi yang lebih baik, sehingga dapat memperkuat posisi mereka di pasar.

SARAN

Kegiatan pengabdian dengan judul "Pemberdayaan Ekonomi Lokal: Optimalisasi Pengelolaan Keuangan UMKM Olak Kemang untuk Kesejahteraan Masyarakat" telah berhasil mencapai tujuan yang ditetapkan. Melalui penyuluhan dan pelatihan, pelaku UMKM di Olak Kemang telah memperoleh pengetahuan dan keterampilan yang diperlukan untuk mengelola keuangan usaha mereka secara lebih profesional. Penerapan teknologi informasi dan inovasi dalam pengelolaan keuangan serta pemasaran produk telah meningkatkan daya saing UMKM. Selain itu, terbentuknya jaringan

kerjasama antar pelaku UMKM memberikan peluang untuk kolaborasi yang lebih baik, sehingga dapat memperkuat posisi mereka di pasar.

UCAPAN TERIMA KASIH

Tim Pelaksana Pengabdian kepada Masyarakat menyampaikan ucapan terima kasih kepada Lembaga Penelitian dan Pengabdian Masyarakat yang sudah berkontribusi dalam Pembiayaan pelaksanaan pengabdian dan penyusunan artikel ini.

DAFTAR PUSTAKA

- Chaffey, D., & Ellis-Chadwick, F. (2022). *Digital marketing: Strategy, implementation and practice* (8th ed.). Pearson.
- Hartanto, B., & Sari, D. P. (2021). Strategi pemasaran digital untuk meningkatkan penjualan produk UMKM. *Jurnal Manajemen dan Pemasaran*, 8(1), 89–102.
- Hasanah, U., & Maulana, R. (2020). Optimalisasi pengelolaan keuangan UMKM melalui aplikasi akuntansi berbasis cloud. *Jurnal Akuntansi Terapan Indonesia*, 3(1), 45–58.
- Kusumastuti, R., Iskandar, S., Ridwan, M., Lutfi, & Putra, D. N. (2023). Peningkatan pendapatan UMKM melalui penyusunan laporan keuangan di Desa Pematang Gajah Kecamatan Jambi Luar Kota Kabupaten Muaro Jambi. *Jurnal Pengabdian Masyarakat*, 5(2), 52–56.
- Lusardi, A., & Mitchell, O. S. (2014). The economic importance of financial literacy: Theory and evidence. *Journal of Economic Literature*, 52(1), 5–44. <https://doi.org/10.1257/jel.52.1.5>
- OECD. (2022). *OECD SME and entrepreneurship outlook 2022*. OECD Publishing. <https://doi.org/10.1787/34907e9c-en>
- Putnam, R. D. (2000). *Bowling alone: The collapse and revival of American community*. Simon & Schuster.
- Sudarsono, J., & Yulianti, E. (2018). Memanfaatkan media sosial sebagai alat pemasaran efektif untuk UMKM di era digital. *Jurnal Bisnis dan Inovasi*, 4(2), 134–146.
- Tambunan, T. (2019). Recent evidence of the development of micro, small and medium enterprises in Indonesia. *Journal of Global Entrepreneurship Research*, 9(18), 1–15. <https://doi.org/10.1186/s40497-018-0140-4>
- Wijaya, S., & Putra, A. (2019). Teknologi produksi dan inovasi sebagai kunci sukses UMKM di Indonesia. *Teknologi Industri*, 15(4), 156–167.