



Peningkatan Kapasitas Pelaku Usaha Ultra Mikro (UMi) Kota Bengkulu melalui Program Inkubasi Bisnis

Nola Windirah^{1*}, Ridha Rizki Novanda¹, Faiz Barchia¹, Refpo Rahman¹, Delia Komalasari¹, Ulfah Anis¹, Muhimmatul Husna¹, M. Winalia Agwil¹, Ismed Saputra², Muhammad Yusuf², Faiz Rasyid Hendrawan², Prasetya Arif², Mochamad Sopian²

¹Universitas Bengkulu

²Pusat Investasi Pemerintah Kemenkeu RI

*E-mail Koresponden: nolawindirah@unib.ac.id

Article History:

Received:

12 Desember 2024

Revised:

23 Juni 2025

Accepted:

24 Juni 2024

Kata Kunci :

Inkubasi Bisnis, Usaha

Ultra Mikro, IBT UNIB,

PIP

Abstrak: *Pelaku usaha ultra mikro seringkali menghadapi berbagai kendala. Termasuk keterbatasan akses terhadap pembiayaan, kurangnya pengetahuan tentang manajemen bisnis, dan minimnya dukungan dalam aspek legalitas serta pemasaran produk. Program inkubasi bisnis oleh Inkubator Bisnis Teknologi Universitas Bengkulu (IBT Unib) yang berkolaborasi dengan Pusat Investasi Pemerintah (PIP), Kementerian Keuangan RI bertujuan untuk memberdayakan debitur atau calon debitur Pembiayaan UMi melalui serangkaian kegiatan peningkatan kapasitas. Subyek pengabdian pada program ini yakni Pelaku Usaha Ultra Mikro (UMi) Kota Bengkulu yang menerima pembiayaan usaha oleh PIP KemenKeu RI berjumlah 200 orang. Metode kegiatan dilakukan dengan rangkaian tutorial “Youth IBT agent (YIA)”, kick off meeting, Workshop Financial Smart, Pelatihan Pengelola Keuangan dan Pemasaran, dan Pelatihan Pendampingan Legalitas Usaha. Hasil kegiatan pertama yakni dosen dan mahasiswa telah mampu untuk menjalankan pendampingan dari serangkaian kegiatan. Kedua, kick off meeting menghasilkan kesepakatan kerjasama program antar IBT dan PIP. Ketiga, kapasitas pelaku ultra mikro di Kota Bengkulu mengalami peningkatan terkait financial smart, pengelolaan keuangan dan pemasaran, dan legalitas usaha.*

Pendahuluan

Peningkatan kapasitas pelaku usaha ultra mikro merupakan salah satu upaya strategis dalam memperkuat perekonomian nasional, terutama dalam menghadapi tantangan globalisasi dan digitalisasi. Usaha ultra mikro memiliki peran penting dalam menciptakan lapangan kerja, meningkatkan kesejahteraan masyarakat, dan mendorong pertumbuhan ekonomi yang inklusif. Namun, pelaku usaha ultra mikro seringkali menghadapi berbagai kendala, termasuk keterbatasan akses terhadap pembiayaan, kurangnya pengetahuan tentang manajemen bisnis, dan minimnya dukungan dalam aspek legalitas serta pemasaran produk.

Indonesia masih menghadapi tantangan pembiayaan dan urgensi membangun ekosistem Umi (Listiyanto, 2021). Pada tingkat global, 40% UMKM yang membutuhkan kredit belum mendapatkan akses Lembaga Keuangan. Dimana, dukungan kredit untuk UMKM di Indonesia masih sangat rendah yakni sebesar 19,68%. Namun, saat ini pemerintah

Indonesia sudah mulai bergerak cepat mengejar ketertinggalan tersebut. Kementerian Keuangan Republik Indonesia melalui Pusat Investasi Pemerintah (PIP) meluncurkan program pembiayaan UMi sebagai salah satu Program Prioritas Nasional agar usaha UMi bisa tumbuh berkembang, naik kelas menjadi bankable, dan memberikan kontribusi yang lebih besar terhadap perekonomian Indonesia. Hingga akhir 2021, pendanaan APBN pada PIP mencapai 10 triliun (Kemenkeu RI, 2022).

Khusnaini dan Liyana (2022) menemukan bahwa pemberian pembiayaan UMi belum cukup efektif untuk membuat UMKM *scale up* diakibatkan karena sebagian dana digunakan untuk keperluan pribadi dan konsumtif, pemahaman debitur belum memadai, belum ada perubahan nyata pada usaha debitur sehingga tujuan program juga belum tercapai optimum. Oleh karena itu, peningkatan pemahaman debitur menjadi tugas baru oleh pemerintah dalam mengoptimalkan pembiayaan yang diberikan oleh Usaha UMi.

Menanggapi tantangan tersebut, Inkubator Bisnis Teknologi Universitas Bengkulu (IBT UNIB) berkolaborasi dengan Pusat Investasi Pemerintah, Kementerian Keuangan Republik Indonesia (PIP KemenKeu RI), berinisiatif untuk menyelenggarakan program inkubasi bisnis bagi pelaku usaha ultra mikro. Program ini bertujuan untuk memberdayakan debitur atau calon debitur pembiayaan UMi melalui serangkaian kegiatan peningkatan kapasitas. Kegiatan inkubasi yang dilakukan meliputi UMKM *financial smart*, pengelolaan keuangan dan pemasaran, serta legalitas usaha.

Melalui inisiatif ini, diharapkan tercipta ekosistem Pembiayaan UMi yang lebih kuat dan berkelanjutan, serta meningkatkan peran perguruan tinggi dalam memberdayakan masyarakat dan mendukung pertumbuhan ekonomi yang inklusif. Program ini merupakan wujud nyata dari sinergi antara lembaga pendidikan, pemerintah, dan masyarakat dalam mencapai tujuan pembangunan ekonomi yang berkelanjutan.

Metode

Subyek pengabdian pada program ini yakni Pelaku Usaha Ultra Mikro (UMi) Kota Bengkulu yang menerima pembiayaan usaha oleh PIP KemenKeu RI berjumlah 200 orang. Subyek terlibat penuh sebagai peserta pelatihan dan workshop *smart financial*, pengelolaan keuangan dan pemasaran, serta legalitas usaha.



Gambar 1. Metode Kegiatan Pengabdian

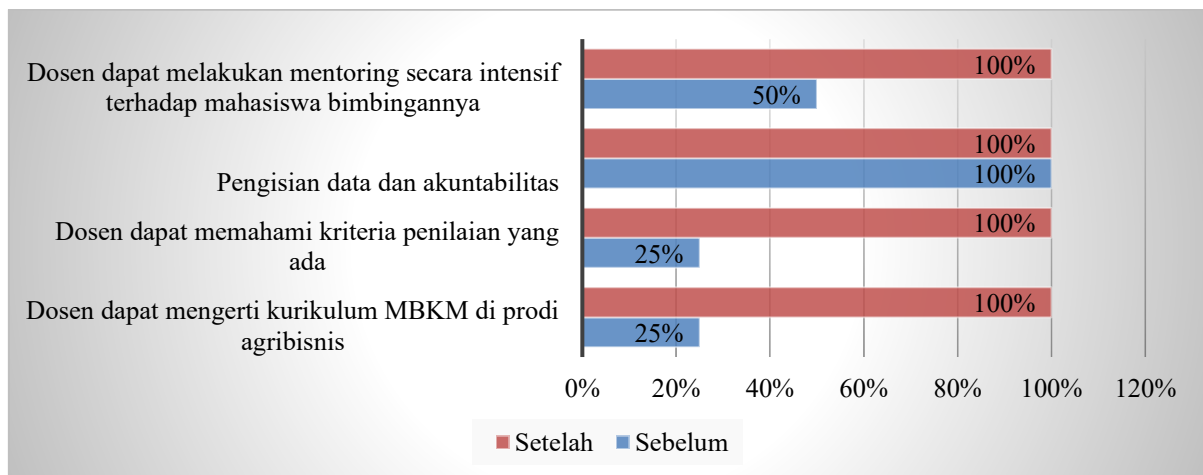
Tahapan Metode

1. Tutorial *Youth IBT Agent* (YIA): Tahapan awal dilakukan pelatihan kepada 5 mahasiswa dan 5 dosen yang akan menjadi pendamping program inkubasi. Pelatihan meliputi program kurikulum dan rekognisi kegiatan MBKM 20-24 SKS, kriteria penilaian yang ada, Pengisian data dan akuntabilitas, proses mentoring, dan penyusunan laporan akhir dan ujian akhir.
2. Kick of meeting: Tahapan kedua merupakan penyusunan program inkubasi oleh PIP, Ketua LPPM UNIB, tim pelaksana IBT UNIB, dan *stakeholder* terkait.
3. Workshop “UMKM *financial smart*”: Tahapan ini berbentuk edukasi dan pelatihan terkait strategi keuangan, peluang pendanaan, serta tips pengelolaan usaha.
4. Pelatihan pengelolaan keuangan dan pemasaran: tahapan keempat berupa pelatihan yang bertujuan melatih peserta dalam pemanfaatan aplikasi pengelola keuangan UMKM.
5. Pelatihan dan pendampingan legalitas usaha: Tahap akhir berupa pendampingan hingga penerbitan legalitas usaha seperti NIB, SPPIRT, dan Halal.

Hasil

Tutorial “*Youth IBT Agent* (YIA)”

Dalam rangka tutorial kegiatan untuk dosen YIA, selama 2 hari yaitu tanggal 15 dan 16 september 2024 dalam rangka untuk menyelaraskan kurikulum dan tugas serta kewajiban dosen YIA dalam pendampingan UMKM serta buku panduan untuk UMKM. Berdasarkan hasil pengumpulan data dalam grafik dibawah ini, terlihat bahwa kegiatan tutorial YIA memberikan dampak yang sangat positif terhadap kompetensi dosen. Sebelum tutorial, hanya 25% dosen yang memahami kurikulum Merdeka Belajar Kampus Merdeka (MBKM) di program studi agribisnis karena hanya 1 dosen yang berasal dari prodi tersebut, namun setelah kegiatan, pemahaman ini meningkat signifikan hingga 100%. Hal yang sama juga terjadi pada pemahaman kriteria penilaian, di mana sebelumnya hanya 25% dosen yang memahaminya, dan setelah tutorial, semua dosen telah memahami kriteria penilaian dengan baik (100%). Dalam hal pengisian data dan akuntabilitas, tidak terjadi perubahan, karena sejak awal sudah berada di tingkat optimal (100%). Namun, pada aspek mentoring terhadap mahasiswa, terjadi peningkatan besar. Sebelum tutorial, hanya 50% dosen yang dapat melakukan bimbingan intensif, namun setelah kegiatan, seluruh dosen (100%) mampu melakukan mentoring secara lebih intensif kepada mahasiswa bimbingannya. Secara keseluruhan, kegiatan tutorial ini berhasil meningkatkan kualitas dosen dalam mendukung program MBKM di Universitas Bengkulu, terutama dalam hal pemahaman kurikulum, kriteria penilaian, serta keterlibatan dalam bimbingan mahasiswa.

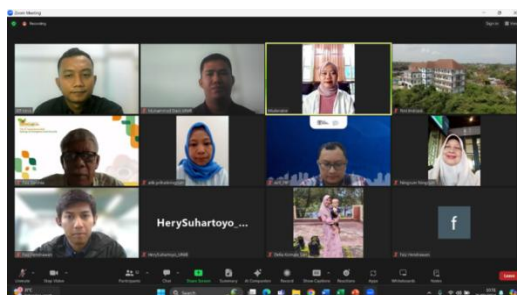


Gambar 2. Pemahaman Learning Outcome Dosen YIA
Sumber: Data diolah (2024)

Tutorial yang dilakukan pada mahasiswa berupa edukasi kurikulum MBKM, kriteria penilaian pada setiap tahapan inkubasi, teknik pengisian data dan akuntabilitas, teknik mentoring yang akan dilakukan Dosen YIA, dan teknik penyusunan laporan dan ujian akhir. Mahasiswa melakukan tutorial hari pertama pada bulan September 2024 tepatnya 10 september untuk menyelaraskan visi misi yaitu: 1. Mahasiswa dapat mengerti kurikulum dan rekognisi kegiatan MBKM 20-24 SKS, 2. Mahasiswa dapat memahami kriteria penilaian yang ada, 3. Pengisian data dan akuntabilitas, 4. Mahasiswa dapat melakukan mentoring secara intensif terhadap dosen, 5. Mahasiswa memahami penyusunan laporan akhir dan ujian akhir. Selanjutnya kegiatan tutorial yang kedua dilaksanakan untuk memahami dan menguasai berbagai aspek perizinan terkait produk dan usaha (NIB, SPP-PIRT, dan Halal).

Kick Meeting

Kick-Off Meeting Program Peningkatan Kapasitas Pelaku Usaha Ultra Mikro dilaksanakan pada 26 September 2024 melalui Zoom Meeting, dihadiri oleh perwakilan tim PIP, Ketua LPPM UNIB, tim pelaksana IBT UNIB, dan stakeholder terkait. Pertemuan ini membahas rencana pelaksanaan program inkubasi bisnis, koordinasi dengan LPTIK untuk ruang sertifikasi halal, serta pencapaian output kegiatan yang harus mencapai 100% untuk poin 1-3. Sertifikasi keamanan pangan dan halal akan dipisahkan dengan target ketercapaian masing-masing 50%. Rapat ini diharapkan menjadi langkah awal yang baik dalam pelaksanaan program, dengan kerjasama semua pihak yang sangat diperlukan.



Gambar 3. Dokumentasi *Kick-off Meeting*

Workshop “UMKM financial smart” se-Kota Bengkulu

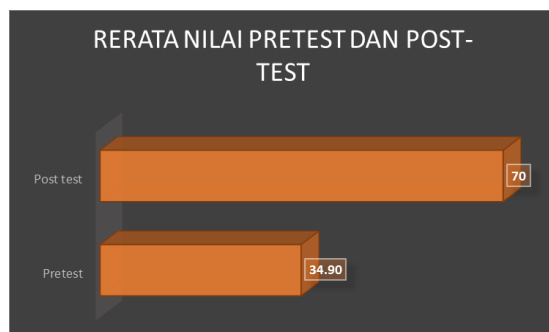
Kegiatan ini dilakukan untuk memberikan literasi finansial yang smart dan mampu mendukung kegiatan usaha UMKM di Bengkulu. Kegiatan ini berlokasi berpusat di Kota Bengkulu dengan target sasaran pelaku UMKM sebanyak 200 orang. Sejak awal, peserta menunjukkan antusiasme yang tinggi. Saat materi mulai disampaikan oleh para narasumber, peserta aktif mengajukan pertanyaan, memberikan tanggapan, dan berbagi pengalaman mereka dalam mengelola usaha. Para narasumber menyajikan materi dengan gaya yang menarik dan praktis, sehingga peserta UMKM mudah memahami. Diskusi berlangsung dengan sangat interaktif, terutama saat sesi tanya jawab. Banyak peserta yang antusias berdiskusi tentang strategi keuangan, peluang pendanaan, serta tips pengelolaan usaha.

Tabel 1. Jenis Usaha Peserta

Jenis Usaha	Persentase (%)
Kuliner	65,9%
Lainnya	7,5%
Jasa	7,2%
Perdagangan	5,7%
Fashion	5,7%
Kuliner, Perdagangan	2,5%
Fashion, Jasa	1,1%
Kuliner, Lainnya	0,7%
Kuliner, Jasa, Perdagangan	0,4%
Agribisnis	0,4%
Jasa, Perdagangan, Agribisnis	0,4%
Fashion, Lainnya	0,4%
Kuliner, Jasa, Perdagangan, Lainnya	0,4%
Kuliner, Fashion, Jasa, Lainnya	0,4%
Kuliner, Agribisnis	0,4%
Fashion, Jasa, Perdagangan	0,4%
Jasa, Lainnya	0,4%
Fashion, Jasa, Lainnya	0,4%

Sebagian besar usaha berada di sektor kuliner (65,9%), yang memiliki daya tarik

besar karena kebutuhan pokok masyarakat dan tren kuliner. Sektor jasa (7,2%) juga signifikan, mencakup bisnis berbasis keterampilan seperti konsultasi dan pendidikan. Sektor perdagangan (5,7%) dan fashion (5,7%) memiliki porsi yang sama, dengan fokus pada jual-beli produk dan desain pakaian. Kategori kombinasi usaha, seperti "Kuliner, Perdagangan" (2,5%) dan "Fashion, Jasa" (1,1%), menunjukkan diversifikasi untuk mengurangi risiko dan menjangkau pasar lebih luas. Sektor-sektor kecil, seperti agribisnis (0,4%), tetap berkontribusi pada ekonomi.



Gambar 4. Rerata nilai pre test dan post test peserta
Sumber: data diolah (2024)

Berdasarkan grafik (gambar 4) menunjukkan rata-rata nilai pretest dan post-test peserta terhadap pemahaman terkait strategi keuangan, peluang pendanaan, serta tips pengelolaan usaha, dapat dilihat adanya peningkatan signifikan dari 34,90 pada pretest menjadi 70 pada post-test. Hal ini menunjukkan bahwa para peserta mengalami perkembangan dalam pemahaman materi yang diberikan selama pelatihan.



Gambar 4. Dokumentasi Acara Workshop *Financial SMART*

Pelatihan dan pendampingan pengelolaan keuangan dan pemasaran usaha

Kegiatan ini dilaksanakan pada tanggal 21 oktober 2024 pada ruang rapat utama rektorat Universitas Bengkulu yang dimulai sejak pukul 08.00 hingga selesai. Pelatihan ini diisi oleh dua narasumber yang berasal dari pendamping UMKM IBT UNIB dan Owner aplikasi keuangan digital yang berfokus dalam penyusunan laporan keuangan bagi UMKM.

Kegiatan berjalan lancar dan peserta aktif bertanya. Peserta yang hadir dalam kegiatan ini meliputi UMKM yang telah mengikuti rangkaian di workshop pertama (absensi Terlampir). Berdasarkan data pada tabel 5, hanya 26% UMKM yang telah menggunakan aplikasi keuangan untuk tujuan akuntansi, sementara 27% UMKM lainnya sudah menggunakan kasir digital dalam operasional usaha mereka. Angka ini menunjukkan bahwa sebagian besar UMKM masih belum sepenuhnya memanfaatkan teknologi digital dalam pengelolaan keuangan dan transaksi bisnis mereka sebelum pelatihan.

Tabel 2. Evaluasi Hasil Rata-rata Pre Test dan Post Test Pelatihan Keuangan

Item pengukuran	Pre	Post	Peningkatan
Paham prinsip-prinsip akuntansi yang berlaku umum (PSAK) dan standar akuntansi pemerintahan (SAP)	73,9	86,9	18%
Paham konsep dasar akuntansi digital	56,0	81,9	46%
Mengenali komponen akuntansi di dalam aplikasi keuangan	74,4	83,1	12%
Kemampuan menginput data keuangan melalui aplikasi di smartphone	81,6	89,5	10%
Kemampuan untuk membaca laporan keuangan seperti neraca dan jurnal	59,8	74,3	24%
Pengetahuan tentang system e-payment	62,0	77,2	25%
Pengetahuan menggunakan kasir digital	67,7	77,6	15%

Hasil pengukuran sebelum dan setelah pelatihan menunjukkan peningkatan signifikan dalam pemahaman peserta tentang akuntansi dan teknologi digital. Peningkatan terbesar terjadi pada konsep dasar akuntansi digital (46%), diikuti oleh pemahaman tentang PSAK dan SAP (18%), serta kemampuan mengenali komponen akuntansi dalam aplikasi keuangan (12%) dan menginput data keuangan lewat aplikasi smartphone (10%). Selain itu, kemampuan membaca laporan keuangan meningkat 24%, dan pengetahuan tentang sistem e-payment serta kasir digital meningkat masing-masing 25% dan 15%. Secara keseluruhan, pelatihan berhasil meningkatkan keterampilan peserta dalam mengelola keuangan dan menggunakan teknologi digital.

Pelatihan dan pendampingan pengelolaan pemasaran

Pelatihan pemasaran pada 22 Oktober 2024 di Universitas Bengkulu membahas strategi pemasaran digital dan non-digital. Strategi digital mencakup penggunaan media sosial, marketplace, email marketing, dan platform online lainnya, sementara strategi non-

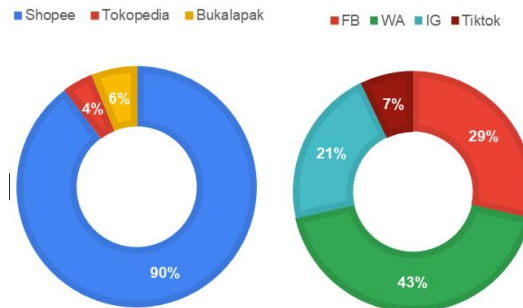
digital fokus pada promosi melalui media cetak, event, dan jaringan lokal. Pelatihan bertujuan membantu pemilik usaha meningkatkan efisiensi operasional, membuat keputusan berdasarkan data keuangan, dan merancang strategi pemasaran yang tepat untuk memperluas jangkauan pasar.

Tabel 3. Hasil evaluasi peserta pre and post test pelatihan mengelola pemasaran

Item	Pre	Post
Elemen penting yang harus ada dalam konten promosi singkat untuk media sosial yaitu foto produk	70%	91%
Pemahaman tentang cara membuat dan mengelola toko online di marketplace	54%	74%
Strategi pemasaran dan tatacara promosi singkat	13%	64%

Berdasarkan hasil pretest dan posttest, dapat terlihat peningkatan yang signifikan pada pemahaman peserta terhadap konsep pemasaran dan keterampilan teknis yang diajarkan selama workshop.

Sebagian besar peserta (43%) lebih sering menggunakan WhatsApp untuk promosi, diikuti oleh TikTok (29%) dan Facebook (21%), menunjukkan preferensi terhadap platform yang praktis dan relevan dengan target pasar. Di platform marketplace, Shopee menjadi pilihan utama dengan 90% peserta menggunakannya, sementara Tokopedia dan Bukalapak hanya digunakan oleh 4% dan 6%. Dominasi Shopee mencerminkan kemudahan penggunaan, basis konsumen besar, dan dukungan fitur promosi untuk usaha kecil dan menengah, menyoroti pentingnya optimasi platform populer dalam pemasaran digital.



Gambar 5. Proporsi penggunaan media sosial dan market place Pelaku UMi
 Sumber: data diolah (2024)

Pelatihan dan pendampingan legalitas usaha

Pelatihan dan pendampingan pembuatan NIB dan SPPIRT melalui OSS

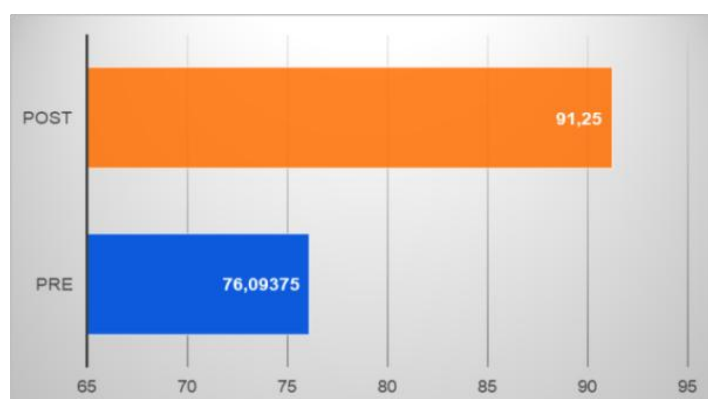
Pelatihan dan pendampingan pembuatan NIB dan SPP-IRT dilaksanakan pada 28 Oktober 2024 di Gedung ICT, dengan dukungan DPMPTSP dan Yayasan Inspirasi Agribisnis

(YIA). Kegiatan ini membantu peserta dalam pembuatan akun OSS, pengisian data usaha, dan pengajuan sertifikat. Meskipun ada beberapa kendala, pelatihan berjalan lancar dan meningkatkan pemahaman peserta tentang perizinan usaha dan kelengkapan administrasi. Proses pengajuan SPP-IRT melibatkan pendaftaran melalui OSS, melengkapi dokumen, dan mengikuti penyuluhan keamanan pangan. Pelaku usaha yang menerima sertifikat harus mematuhi standar CPPB-IRT dan memastikan label sesuai Peraturan BPOM Nomor 31 Tahun 2018.



Gambar 6. Dokumentasi Proses Pendampingan Legalitas Usaha *Computer-base*

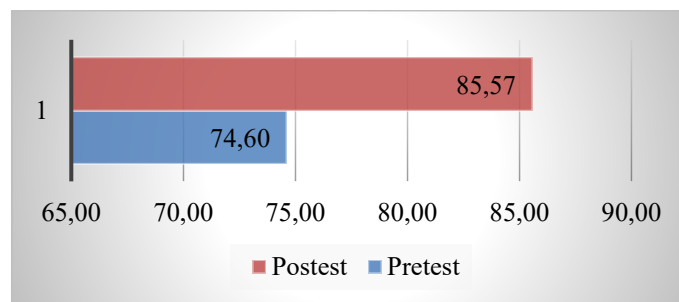
Hasil pretest dengan skor rata-rata 76,09 dan posttest dengan skor rata-rata 91,25 pada gambar 14 menunjukkan adanya peningkatan yang signifikan dalam pemahaman dan keterampilan peserta terkait perizinan usaha, terutama untuk UMKM. Peningkatan ini mencerminkan pencapaian learning outcomes yang telah ditetapkan. Peserta sebelumnya telah memiliki pemahaman dasar mengenai perizinan, namun setelah pelatihan, mereka menunjukkan pemahaman yang lebih baik tentang konsep dasar perizinan dan jenis perizinan yang dapat dilakukan secara mandiri. Peserta juga menjadi lebih mahir dalam menggunakan sistem OSS untuk mengajukan izin, seperti Nomor Induk Berusaha (NIB) dan Sertifikat Produksi Pangan Industri Rumah Tangga (SPPIRT).



Gambar 7. Hasil Evaluasi pre test dan Post Test Pendampingan NIB dan SP-PIRT
Sumber: data diolah (2024)

Pelatihan keamanan pangan

Kegiatan pelatihan keamanan pangan yang dilaksanakan pada 30 Oktober 2024 di Universitas Bengkulu bekerja sama dengan Dinas Kesehatan Kota Bengkulu, bertujuan memberikan pemahaman kepada pelaku usaha rumah tangga tentang pentingnya memproduksi pangan yang aman dan sesuai standar. Pelatihan ini berhasil dilaksanakan dengan lancar dan peserta menerima sertifikat untuk proses pendaftaran PIRT di akun OSS mereka. Hasilnya menunjukkan peningkatan pemahaman peserta, dengan nilai pretest rata-rata 74,60 dan posttest 85,57, yang mencerminkan pemahaman yang lebih mendalam tentang CPPOB, standar industri rumah tangga, serta kesiapan untuk memenuhi persyaratan sertifikasi keamanan pangan.



Gambar 8. Hasil Evaluasi pre test dan Post Test Penyuluhan Keamanan Pangan
Sumber: data diolah (2024)

Pelatihan dan pendampingan sertifikasi halal

Pendampingan dan pelatihan sertifikasi halal dilaksanakan pada 4 November 2024 di Gedung ICT dengan fasilitas ruang komputer lengkap, menggantikan jadwal semula pada 29 November karena mitra berhalangan hadir. Kegiatan ini didukung BPJPH dan dilaksanakan oleh UINFAS Halal Centre, berfokus pada pendampingan UMKM dalam pengisian data melalui sistem SIHALAL dengan metode self-declare. Selain itu, acara ini juga menyediakan layanan pembuatan NIB (Nomor Induk Berusaha) untuk UMKM yang belum memilikinya, guna memenuhi kebutuhan administratif dan meningkatkan daya saing usaha.



Gambar 9. Dokumentasi Proses Pendampingan Halal

Diskusi

Industri makanan adalah sektor dengan jumlah usaha terbanyak di Indonesia. Data dari Badan Pusat Statistik (BPS) menunjukkan bahwa industri makanan menduduki peringkat teratas dalam sektor mikro dan kecil, dengan lebih dari 1,8 juta usaha yang berkontribusi besar terhadap perekonomian (Anastasya, 2023). Sama halnya dengan jenis usaha pada usaha UMi Kota Bengkulu yang menjadi mitra kegiatan pengabdian ini yakni 65,9% merupakan usaha kuliner.

Kegiatan pertama berupa pelatihan *financial SMART* menghasilkan peningkatan skor pengetahuan dan pemahaman secara signifikan sebesar 35,1. Peningkatan ini sejalan dengan temuan berbagai penelitian yang menunjukkan bahwa pelatihan literasi keuangan dapat membantu individu membuat keputusan keuangan yang lebih bijaksana, seperti yang dijelaskan dalam jurnal literasi dan inklusi keuangan. Literasi keuangan membantu seseorang memahami pentingnya pengelolaan aset dan tanggung jawab keuangan untuk mencapai kesejahteraan ekonomi (Viana *et al.*, 2022); (Lie, 2023). Sebagai tambahan, peningkatan seperti ini biasanya terjadi dalam program berbasis pendekatan praktis, termasuk simulasi kasus keuangan atau diskusi interaktif yang relevan dengan kebutuhan peserta. Hal ini menunjukkan bahwa pendekatan pembelajaran yang digunakan efektif dalam menjawab kebutuhan peserta pelatihan.

Kegiatan kedua berupa pelatihan dan pendampingan terhadap pengelolaan keuangan dan pemasaran usaha memberikan efek peningkatan pengetahuan dan keterampilan pelaku usaha UMi Kota Bengkulu sebesar 21,4%. Hasil ini mencerminkan efektivitas pelatihan berbasis digital dalam meningkatkan kapasitas pelaku usaha mikro, kecil, dan menengah (UMKM). Pelatihan semacam ini relevan dengan tren saat ini, di mana digitalisasi memainkan peran penting dalam pengelolaan keuangan bisnis. Sebuah studi menunjukkan bahwa penggunaan aplikasi digital seperti SI APIK dapat meningkatkan efisiensi dan kualitas laporan keuangan UMKM. Pelatihan akuntansi digital ini membantu pelaku usaha memahami konsep dasar akuntansi digital dan meningkatkan kemampuan mereka dalam mengelola keuangan melalui perangkat teknologi seperti smartphone, yang sangat penting untuk keberlanjutan bisnis mereka di era modern (Effendi, 2024; Khusnaini & Liyana, 2022; Wardhana, 2024; Kumar & Shah, 2009).

Faktor penghambat pengelolaan keuangannya yaitu kurangnya pengetahuan, memisahkan uang milik pribadi dan uang usaha, dan disiplin pencatatan keuangan (Suras *et al.*, 2023). Sedangkan, kinerja usaha sangat bergantung pada manajemen keuangan sebuah usaha (Nabil & Dwiridotjahjono, 2024). Salah satu yang dapat dilakukan dalam mengatasi ini yakni mengikuti pelatihan pengelolaan keuangan, agar kemampuan manajemen keuangan dapat menunjang kinerja usaha itu sendiri (Reni, 2018).

Materi yang disampaikan pada pelatihan pengelolaan pemasaran sangat tepat yakni elemen penting dalam konten promosi, cara membuat dan mengelolah toko online, dan strategi pemasaran dan tatacara promosi singkat. Penggunaan gambar atau foto produk yang

menarik sangat penting dalam promosi media sosial, karena gambar adalah salah satu elemen yang paling mempengaruhi keputusan pembelian. Menurut (Sutanto *et al.*, 2013), gambar yang menarik dapat meningkatkan daya tarik konten promosi dan meningkatkan interaksi pengguna. Foto produk yang jelas dan menarik juga dapat meningkatkan tingkat klik dan konversi dalam iklan online (Alharthey, 2019). Dengan meningkatnya pemahaman peserta tentang pentingnya elemen visual ini (dari 70% menjadi 91%), mereka dapat lebih efektif dalam menarik perhatian calon pelanggan di media sosial.

Platform marketplace seperti Shopee, Tokopedia, dan Bukalapak telah menjadi saluran penting untuk usaha kecil dan menengah. Penelitian oleh (Alharthey, 2019; Manurung & Putri, 2024) menyebutkan bahwa keberadaan di marketplace memungkinkan pengusaha untuk menjangkau audiens yang lebih luas dengan biaya lebih rendah. Peningkatan pemahaman peserta tentang pembuatan dan pengelolaan toko online (dari 54% menjadi 74%) menunjukkan bahwa mereka mulai memahami pentingnya pengelolaan toko secara profesional, termasuk pengaturan produk, harga, dan promosi dalam marketplace. Penggunaan marketplace mengakibatkan barang dapat dengan mudah di cari oleh pelanggan dan di pasarkan secara luas. Dengan penggunaan marketplace penjual dapat menghemat biaya produksi dan meningkatkan kemudahan bertransaksi secara online (Ma'rifah *et al.*, 2022). Adapun beberapa marketplace yang cukup populer di Indonesia antara lain Tokopedia, Shopee, Bukalapak, Lazada, dan Blibli. UMKM yang menggunakan marketplace memiliki peluang besar untuk menarik konsumen dengan jangkauan yang lebih luas dan meningkatkan daya saing di pasar (SAPUTRI *et al.*, 2023).

Pemasaran singkat dan efisien sangat penting dalam menarik perhatian audiens di era digital. Berdasarkan studi oleh (Celeste, 2013) pemasaran konten yang relevan, singkat, dan tepat sasaran dapat meningkatkan engagement dan konversi. Peningkatan pemahaman peserta dari 13% menjadi 64% mengenai strategi pemasaran dan promosi singkat menunjukkan bahwa mereka semakin siap untuk merencanakan dan melaksanakan promosi yang lebih efektif di berbagai platform digital (Du Plessis, 2017).

Pelatihan dan pendampingan terakhir mengenai legalitas usaha yang meliputi NIB, SP-PIRT, dan Halal. Hasil pendampingan menunjukkan bahwa nilai posttest lebih tinggi daripada nilai pretest, dengan peningkatan yang cukup signifikan (dari 76,09 ke 91,25). Ini menunjukkan bahwa pelatihan yang diikuti oleh peserta berhasil meningkatkan pemahaman mereka tentang topik legalitas usaha. Peningkatan skor ini menggambarkan efektivitas pelatihan dalam meningkatkan pengetahuan peserta. *Pretest* mencerminkan pengetahuan dasar mereka sebelum pelatihan, sementara *posttest* menunjukkan peningkatan pemahaman setelah materi pelatihan diterapkan. Pelatihan yang baik bertujuan untuk meningkatkan pengetahuan dan keterampilan peserta. Dengan memberikan pemahaman lebih mendalam mengenai legalitas usaha, peserta diharapkan mampu mengaplikasikan pengetahuan tersebut dalam pengelolaan bisnis mereka (Ambarita *et al.*, 2022); (Chhabra *et al.*, 2021).

Kesimpulan

Berdasarkan hasil dan diskusi diatas maka dapat disimpulkan bahwa kapasitas pelaku usaha UMi di Kota Bengkulu mengalami peningkatan setelah dilakukan kegiatan pengabdian ini. Kapasitas yang dimaksud berupa pemanfaatan *financial SMART* meningkat sebesar 70%, pengelolaan keuangan dan pemasaran meningkat rata-rata sebesar 76%, dan legalitas usaha meningkat hingga 85,57%.

Saran yang dapat diberikan kepada pelaku usaha UMi Kota Bengkulu yakni dapat menerapkan dengan baik dari keseluruhan pelatihan dan pendampingan yang telah diberikan dalam menjalankan usahanya, berupa *financial SMART*, pengelolaan keuangan dan pemasaran online, dan legalitas usaha.

Acknowledgements

Ucapan terimakasih kami berikan kepada Pusat Investasi Pemerintah Kementerian Keuangan Republik Indonesia (PIP KemenKeu RI) yang telah berkenan berkolaborasi bersama Inkubator Bisnis Teknologi, Lembaga Penelitian dan Pengabdian Kepada Masyarakat Universitas Bengkulu (IBT LPPM UNIB).

Daftar Referensi

- Alharthey, B. (2019). The Role of Online Trust in Forming Online Shopping Intentions. *International Journal of Online Marketing*, 10(1), 32-57. <https://doi.org/10.4018/ijom.2020010103>
- Ambarita, P. R. L., Hanafi, A., & Y. (2022). The Influence of Self-Efficacy and Work Environment on Employee Performance: Empirical Study on PT Sarana Indoguna Lestari Surabaya. *Open Journal of Business and Management*, 10(01), 263-280. <https://doi.org/10.4236/ojbm.2022.101016>
- Anastasya, A. (2023). *Data UMKM, Jumlah dan Pertumbuhan Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah di Indonesia*. UKMIndonesia.Id. <https://ukmindonesia.id/baca-deskripsi-posts/data-umkm-jumlah-dan-pertumbuhan-usaha-mikro-kecil-dan-menengah-di-indonesia>
- Celeste, S.-P. N. (2013). Intention to purchase on social commerce websites across cultures: A cross-regional study. *Information & Management*, 50(8), 609-620. <https://www.sciencedirect.com/science/article/abs/pii/S0378720613000876>
- Chhabra, M., Hassan, R., & Shamim, A. (2021). Entrepreneurship and Big Data. In *Entrepreneurship and Big Data* (Issue September). <https://doi.org/10.1201/9781003097945>
- Du Plessis, C. (2017). The role of content marketing in social media content communities. *SA Journal of Information Management*, 19(1), 1-7. <https://doi.org/10.4102/sajim.v19i1.866>
- Effendi, B. (2024). Peningkatan Daya Saing Pelaku UMKM Melalui Pelatihan Digitalisasi Akuntansi. *Jurnal KARINOV*, 7(2), 87. <https://doi.org/10.17977/um045v7i2p087>
- Khusnaini ; Liyana, N. F. (2022). Efektivitas Pembiayaan Modal Usaha Ultra Mikro (UMi)

- Pada Para. *Balance Vacation Accounting Journal*, 6(2), 146-159.
- Kumar, V., & Shah, D. (2009). Expanding the role of marketing: From customer equity to market capitalization. *Journal of Marketing*, 73(6), 119-136. <https://doi.org/10.1509/jmkg.73.6.119>
- Lie, B. (2023). Peningkatan Literasi Keuangan Pada Umkm Di Wisata Kuliner Kebon Ayu Melalui Pelatihan Dan Pendampingan Pembukuan Sederhana. *Jurnal Wicara Desa*, 1(4), 556-564. <https://doi.org/10.29303/wicara.v1i4.3368>
- Listiyanto, E. (2021). *Tantangan Pembiayaan dan Urgensi Membangun Ekosistem Ultra Mikro*.
- Manurung, M., Putri, J. (2024). Peran Marketplace Dalam Meningkatkan Akses Pemasaran Umkm Di Indonesia. *Ab-Joice : Al-Bahjah Journal Of Islamic Economics*, 2(2), 74-81.
- Ma'rifah, I., W, B. R. I., Rizqi, E. I., & Kustiningsih, N. (2022). Pengaruh Marketplace Dalam Meningkatkan Daya Saing Ekonomi Kreatif Pada Umkm D'Elixir. *Jurnal Revenue : Jurnal Ilmiah Akuntansi*, 2(2), 349-356. <https://doi.org/10.46306/rev.v2i2.78>
- Nabil, N., & Dwiridotjahjono, J. (2024). Al-Kharaj : Jurnal Ekonomi , Keuangan & Bisnis Syariah Al-Kharaj : Jurnal Ekonomi , Keuangan & Bisnis Syariah. *Al-Kharaj : Jurnal Ekonomi, Keuangan & Bisnis Syariah*, 6(2), 2547-2562. <https://doi.org/10.47467/alkharaj.v6i10.3383>
- Reni, F. (2018). Pengelolaan Keuangan Bagi Usaha Mikro Kecil Menengah (UMKM) Di Kelurahan Airputih Kecamatan Tampan Kota Pekanbaru. *Sembadha: Seminar Hasil Pengabdian Kepada Masyarakat*, 01(01), 225229. <https://jurnal.pknstan.ac.id/index.php/sembadha/article/view/376>
- SAPUTRI, S. A., BERLIANA, I., BERLIANA, I., & NASRIDA, M. F. (2023). Peran Marketplace Dalam Meningkatkan Daya Saing Umkm Di Indonesia. *KNOWLEDGE: Jurnal Inovasi Hasil Penelitian Dan Pengembangan*, 3(1), 69-75. <https://doi.org/10.51878/knowledge.v3i1.2199>
- Suras, M., Semaun, S., & Darwis. (2023). Pengelolaan Keuangan Usaha Mikro, Kecil, Dan Menengah (UMKM) Pada Usaha Bumbung Indah Kota Parepare (Analisis Manajemen Keuangan Syariah). *Moneta : Jurnal Manajemen Dan Keuangan Syariah*, 01(02), 2. <https://doi.org/10.35905/moneta.v2i2.9003>
- Sutanto, J., Phang, C. W., & Zhang, C. (2013). The influence of user interaction and participation in social media on the consumption intention of niche products. *Information & Management*, 50(8), 661-672. <https://www.sciencedirect.com/science/article/abs/pii/S0378720613000736>
- Viana, E. D., Febrianti, F., & Dewi, F. R. (2022). Literasi Keuangan, Inklusi Keuangan dan Minat Investasi Generasi Z di Jabodetabek. *Jurnal Manajemen Dan Organisasi*, 12(3), 252-264. <https://doi.org/10.29244/jmo.v12i3.34207>
- Wardhana, A. (2024). *Marketplace Management* (A. S. Egim (ed.); Issue July). CV. Eureka Media Aksara.