

# Pelatihan Pemasaran Digital dan Pencatatan Keuangan Sederhana bagi Kelompok Tani di Desa Pucak, Maros

Andi Masniawati<sup>1</sup>, Andi Gita Maulidyah Indraswari Suhri<sup>2\*</sup>,  
Yusran<sup>3</sup>, A. Hasdiansyah<sup>4</sup>, Fitha Febrilia Ruli<sup>5</sup>

<sup>1, 2, 5</sup> Departemen Biologi, Fakultas Matematika dan Ilmu Pengetahuan Alam, Universitas Hasanuddin

<sup>3</sup> Program Studi Manajemen Hutan, Fakultas Kehutanan, Universitas Hasanuddin

<sup>4</sup> Program Magister Pedagogi, Universitas Muhammadiyah Parepare

\* gitamaulidyah@unhas.ac.id

## Abstrak

Kegiatan pelatihan ini bertujuan meningkatkan kapasitas petani dan ibu rumah tangga di Desa Pucak, Kabupaten Maros, dalam dua aspek utama: pengelolaan keuangan sederhana dan pemasaran digital produk pertanian serta madu trigona. Pelatihan dilaksanakan selama dua hari pada bulan Oktober 2025 sebagai bagian dari program Hibah Pemberdayaan Desa Binaan (PDB) DPPM Kemendiktisaintek. Metode kegiatan mencakup penyuluhan, praktik langsung, dan pendampingan digital berbasis *smartphone*. Sebanyak 20 peserta yang terdiri dari anggota Kelompok Panrita Cani dan Kelompok Tani Puncak Jaya berpartisipasi aktif dalam simulasi pencatatan transaksi usaha dan pembuatan akun promosi daring. Hasilnya menunjukkan peningkatan keterampilan peserta dalam menyusun buku kas sederhana, mencatat pendapatan dan pengeluaran, serta memanfaatkan media sosial untuk promosi produk lokal. Kegiatan ini memperkuat kemandirian ekonomi dan daya saing desa melalui literasi digital dan finansial yang berkelanjutan.

**Kata Kunci:** *buku kas, literasi keuangan, pemberdayaan desa, pemasaran digital, petani trigona*

## Pendahuluan

Desa Pucak, Kecamatan Tompobulu, Kabupaten Maros, merupakan salah satu kawasan pertanian sekaligus pengembangan *edufarm* berbasis lebah trigona yang didampingi oleh Universitas Hasanuddin dan Universitas Muhammadiyah Parepare melalui skema Hibah Pemberdayaan Desa Binaan (PDB) DPPM Kemendiktisaintek. Wilayah ini memiliki potensi ekonomi yang besar dari hasil pertanian hortikultura dan madu trigona, namun masih menghadapi persoalan mendasar dalam aspek manajerial dan pemasaran. Sebagian besar petani dan pelaku usaha kecil belum memiliki kemampuan dalam pencatatan keuangan sederhana, sementara akses terhadap pasar digital masih sangat terbatas.

Kondisi tersebut menggambarkan tantangan umum yang dihadapi oleh masyarakat pedesaan Indonesia. Rendahnya literasi digital dan finansial tersebut berdampak langsung pada ketidakmampuan pelaku usaha kecil dalam mengelola arus kas, mengukur keuntungan, serta memasarkan produk secara efisien (Aini et al., 2024). Badan Riset dan

Inovasi Nasional menyebut bahwa adopsi teknologi digital rendah karena infrastruktur digital dan akses modal belum memadai (BRIN, 2024).

Melihat tantangan tersebut, kegiatan pelatihan ini dirancang sebagai bentuk intervensi akademik berbasis *university-community partnership*, di mana dua institusi pendidikan tinggi—Universitas Hasanuddin dan Universitas Muhammadiyah Parepare—berkolaborasi untuk memperkuat kapasitas ekonomi masyarakat melalui pendekatan literasi ganda: literasi keuangan dan literasi digital. Kolaborasi ini mencerminkan model sinergi tri dharma perguruan tinggi yang mengintegrasikan riset terapan, pendidikan masyarakat, dan praktik pemberdayaan berbasis bukti lapangan.

Program ini juga merespons kebutuhan peningkatan daya saing produk lokal, khususnya madu trigona dan hasil hortikultura yang memiliki nilai tambah tinggi di pasar daring (Suhri et al., 2024). Penggunaan media sosial sebagai sarana pemasaran dapat meningkatkan visibilitas produk pertanian (Aminah et al., 2025). Namun, efektivitasnya sangat tergantung pada kemampuan pelaku usaha memahami strategi *digital marketing* dan mengelola konten promosi yang menarik. Kedua elemen tersebut perlu dilatih secara intensif agar keterampilan optimum tercapai.

Selain itu, kemampuan pencatatan keuangan sederhana menjadi fondasi penting untuk keberlanjutan usaha mikro (Khairunnida et al., 2025). Tanpa pencatatan yang rapi, petani sulit memantau biaya produksi, menentukan harga jual, dan mengukur keuntungan bersih. Melalui pelatihan buku kas sederhana, peserta diharapkan mampu membangun disiplin finansial sejak tahap awal produksi hingga pemasaran (Fadila et al., 2021). Pendekatan ini diyakini mampu meningkatkan pemahaman dan pendidikan finansial mikro dalam mewujudkan efisiensi usaha tani hingga.

Secara konseptual, kegiatan ini berakar pada pendekatan *community-based empowerment* (Chambers & Chambers, 1995), yang menempatkan masyarakat sebagai subjek aktif dalam perubahan sosial dan ekonomi. Melalui pembelajaran partisipatif dan praktik langsung, petani dan ibu rumah tangga tidak hanya memperoleh keterampilan teknis, tetapi juga kesadaran baru tentang pentingnya kemandirian finansial dan konektivitas digital. Dengan demikian, pelatihan ini bukan sekadar transfer pengetahuan, melainkan proses transformasi sosial menuju masyarakat desa yang adaptif, produktif, dan berdaya saing di era ekonomi digital.

Tujuan utama kegiatan ini adalah: (1) meningkatkan kemampuan masyarakat dalam mencatat dan mengelola keuangan usaha melalui format buku kas sederhana; (2) memperkenalkan strategi pemasaran digital berbasis media sosial untuk produk pertanian dan madu trigona; serta (3) mendorong terbentuknya ekosistem ekonomi digital di tingkat desa. Manfaat jangka panjang dari kegiatan ini diharapkan dapat memperkuat keberlanjutan usaha, memperluas jaringan pemasaran, dan menciptakan model pemberdayaan desa berbasis literasi digital-finansial yang dapat direplikasi di wilayah lain.

## **Metode Pelaksanaan**

Kegiatan dilaksanakan di Balai Desa Pucak, Kecamatan Tompobulu, Kabupaten Maros, pada bulan Oktober 2025 selama dua hari (24–25 Oktober). Khalayak Sasaran. Peserta

berjumlah 20 orang yang terdiri atas anggota Kelompok Panrita Cani (peternak lebah trigona) dan Kelompok Tani Puncak Jaya (petani hortikultura). Penentuan peserta dilakukan melalui koordinasi dengan kepala desa dan ketua kelompok tani berdasarkan kriteria keterlibatan aktif dalam kegiatan usaha produktif. Metode Kegiatan. Pelatihan dilakukan melalui tiga tahapan:

1. Penyuluhan dan diskusi interaktif mengenai pentingnya pencatatan keuangan dan pemasaran digital.
2. Pelatihan praktik langsung menggunakan format buku kas sederhana yang disusun dalam bentuk tabel transaksi harian, mingguan, dan bulanan.
3. Pendampingan pemasaran digital melalui simulasi pembuatan akun bisnis di platform media sosial (Facebook, Instagram, dan WhatsApp Business) serta cara pengambilan foto produk yang menarik.

Indikator Keberhasilan. (a) 80% peserta mampu menyusun buku kas usaha dengan benar; (b) minimal 10 peserta memiliki akun promosi digital aktif; (c) peningkatan minat berwirausaha berbasis produk lokal. Sementara metode evaluasi dilakukan melalui observasi langsung, kuesioner sederhana pasca-pelatihan, serta monitoring dua minggu setelah kegiatan untuk menilai penerapan keterampilan yang diperoleh

## Hasil dan Pembahasan

Pelatihan berlangsung selama dua hari di Balai Desa Pucak dan diikuti oleh 20 peserta yang terdiri dari petani dan ibu rumah tangga anggota Kelompok Panrita Cani serta Puncak Tani Jaya. Kegiatan difasilitasi oleh tim gabungan Universitas Hasanuddin dan Universitas Muhammadiyah Parepare. Kolaborasi ini memungkinkan integrasi dua pendekatan: UNHAS berfokus pada penguatan literasi digital dan strategi pemasaran daring, sementara UMPAR berperan dalam pendampingan literasi keuangan dan dokumentasi hasil pembelajaran komunitas. Sinergi ini menciptakan lingkungan belajar partisipatif yang mendorong dialog dua arah antara akademisi dan masyarakat, di mana peserta tidak hanya menerima materi, tetapi juga berbagi pengalaman lokal tentang pengelolaan usaha dan strategi adaptasi pasar berbasis potensi desa. Dinamika Peserta dan Proses Pelatihan.

Pada hari pertama, peserta mengikuti sesi penyuluhan dan praktik pencatatan keuangan menggunakan format buku kas sederhana. Hasil observasi menunjukkan antusiasme tinggi sebagian peserta bahkan langsung menyalin format kas harian ke dalam buku catatan pribadi (Gambar 1).

Hari kedua diisi dengan pelatihan pemasaran digital, meliputi pembuatan akun bisnis *WhatsApp Business*, pengambilan foto produk, dan latihan membuat deskripsi promosi untuk madu trigona serta sayuran hasil kebun (Gambar 2).



**Gambar 1.** Pelatihan pencatatan keuangan sederhana untuk petani di Desa Pucak



**Gambar 2.** Pelatihan pemasaran digital bersama kelompok peternak madu

Pendekatan yang digunakan bersifat *experiential*, di mana peserta belajar melalui praktik nyata, berdiskusi tentang kesalahan pencatatan, dan mencoba mempromosikan produk secara langsung melalui gawai mereka. Model ini selaras dengan prinsip *community-based learning* yang menekankan keterlibatan aktif masyarakat (Shah et al., 2023).

#### 1. Hasil Survei Pra dan Pasca Pelatihan

Untuk menilai efektivitas pelatihan, dilakukan survei sebelum dan sesudah kegiatan. Instrumen survei mencakup lima indikator: (1) kemampuan pencatatan keuangan, (2) pengetahuan dasar pengelolaan modal, (3) pemahaman konsep pemasaran digital, (4) keterampilan menggunakan media sosial untuk promosi, dan (5) persepsi terhadap peluang peningkatan pendapatan.

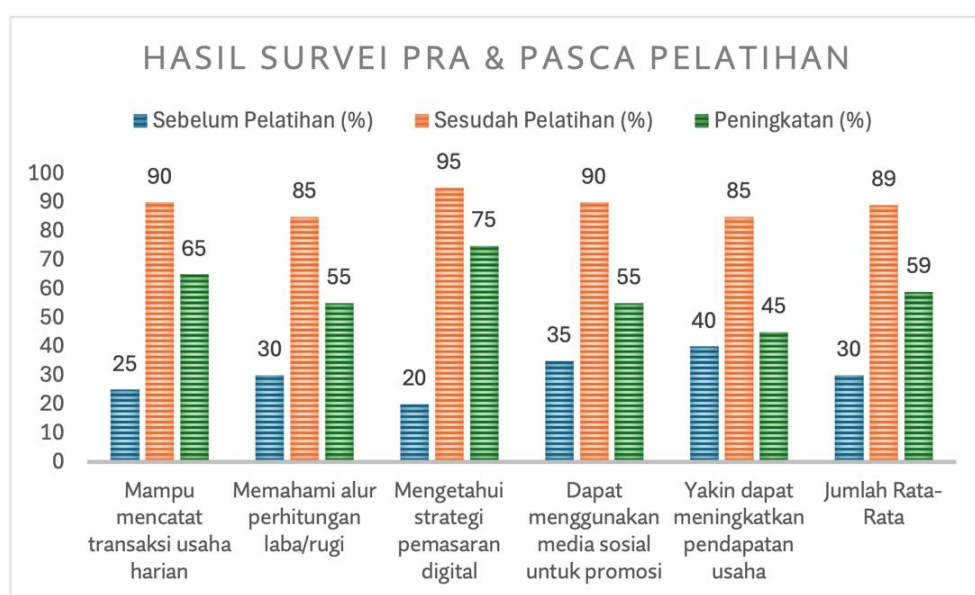
**Tabel 1.** Hasil Survei Pra dan Pasca Pelatihan

| No.       | Indikator Kompetensi                         | Sebelum Pelatihan (%) | Sesudah Pelatihan (%) | Peningkatan (%) |
|-----------|----------------------------------------------|-----------------------|-----------------------|-----------------|
| 1         | Mampu mencatat transaksi usaha harian        | 25                    | 90                    | +65             |
| 2         | Memahami alur perhitungan laba/rugi          | 30                    | 85                    | +55             |
| 3         | Mengetahui strategi pemasaran digital        | 20                    | 95                    | +75             |
| 4         | Dapat menggunakan media sosial untuk promosi | 35                    | 90                    | +55             |
| 5         | Yakin dapat meningkatkan pendapatan usaha    | 40                    | 85                    | +45             |
| Rata-rata |                                              | 30                    | 89                    | +59             |

Hasil survei menunjukkan lonjakan rata-rata kompetensi sebesar 59%. Sebelum pelatihan, sebagian besar peserta belum pernah membuat buku kas usaha dan hanya menggunakan media sosial untuk komunikasi pribadi. Setelah pelatihan, 18 dari 20 peserta telah memiliki catatan keuangan mingguan dan 15 peserta berhasil membuat akun promosi di media sosial.

## 2. Visualisasi Perubahan Kompetensi

Untuk memperjelas perubahan tingkat kompetensi peserta, hasil survei pra dan pasca pelatihan divisualisasikan dalam grafik batang pada Gambar 3. Grafik ini menampilkan perbandingan capaian lima indikator utama mulai dari kemampuan pencatatan keuangan hingga keyakinan meningkatkan pendapatan usaha. Perbedaan mencolok antara kondisi awal dan akhir kegiatan memperlihatkan efektivitas pendekatan pelatihan partisipatif yang diterapkan oleh tim Universitas Hasanuddin dan Universitas Muhammadiyah Parepare.



**Gambar 3.** Perbandingan Skor Kompetensi Peserta

Grafik menunjukkan pergeseran tajam pada semua indikator. Peningkatan tertinggi terjadi pada pemahaman strategi pemasaran digital (75%), diikuti oleh kemampuan pencatatan keuangan (65%). Hal ini menegaskan bahwa masyarakat desa dapat dengan cepat beradaptasi terhadap teknologi jika diberi panduan praktis dan berbasis konteks lokal.

### 3. Dampak Sosial dan Ekonomi

Efek paling nyata dari kegiatan ini adalah munculnya kesadaran kolektif akan pentingnya pencatatan dan promosi bersama (Bourazeri & Pitt, 2014). Setelah pelatihan, kedua kelompok mitra sepakat membentuk *tim pemasaran desa* yang mengelola akun media sosial bersama “@panritacani”. Mereka juga berencana membuat label bersama untuk madu trigona dan produk sayuran organik, sebagai identitas baru Desa Pucak di pasar digital.

Dari sisi keuangan, peserta mulai mampu mencatat modal kerja, biaya produksi, serta hasil penjualan mingguan. Pendampingan lanjutan menemukan bahwa 1 minggu setelah pelatihan, enam peserta melaporkan respons pasar 15–25% akibat promosi daring. Temuan ini konsisten dengan pendapat (Susanto et al., 2022) bahwa literasi digital berkontribusi langsung terhadap peningkatan omzet usaha mikro.

### 4. Pembahasan Konseptual

Secara teoritis, kegiatan ini memperkuat model *dual literacy empowerment*—yakni pemberdayaan berbasis penguatan literasi finansial dan digital secara bersamaan. Integrasi keduanya membentuk kemampuan adaptif masyarakat terhadap perubahan ekonomi berbasis teknologi (Su et al., 2021). Dengan demikian, kegiatan ini bukan sekadar pelatihan teknis, melainkan proses transformasi sosial yang menumbuhkan kesadaran kewirausahaan, partisipasi komunitas, dan keberlanjutan ekonomi desa.

## Kesimpulan

Pelatihan pemasaran digital dan pencatatan keuangan sederhana di Desa Pucak menunjukkan keberhasilan nyata dalam meningkatkan kapasitas ekonomi masyarakat. Kombinasi literasi keuangan dan literasi digital terbukti menjadi strategi pemberdayaan yang efektif bagi komunitas petani dan ibu rumah tangga. Hasil evaluasi menunjukkan peningkatan kompetensi rata-rata sebesar 59%, terutama dalam kemampuan mencatat transaksi usaha, memahami alur keuangan, serta memanfaatkan media sosial untuk promosi produk lokal seperti madu trigona dan hasil pertanian.

Kegiatan ini juga membuktikan pentingnya sinergi lintas universitas dalam pengabdian masyarakat. Kolaborasi Universitas Hasanuddin dan Universitas Muhammadiyah Parepare menghasilkan model pelatihan berbasis praktik yang adaptif terhadap kebutuhan lokal, mempertemukan kekuatan riset akademik dan pendekatan partisipatif masyarakat. Integrasi ini memperlihatkan bahwa melibatkan masyarakat desa dalam proses pembelajaran langsung dapat menumbuhkan kemandirian finansial sekaligus membuka peluang ekonomi digital di tingkat akar rumput.

Dari sisi konseptual, kegiatan ini memperkuat pendekatan *dual literacy empowerment*, yaitu pemberdayaan melalui penguasaan dua kemampuan dasar abad ke-21: literasi keuangan dan literasi digital. Model ini dapat direplikasi di berbagai wilayah dengan menyesuaikan konteks sosial dan ekonomi masing-masing desa. Secara teoritik, program ini memberikan kontribusi pada pengembangan konsep *community-based learning for digital inclusion* yang menekankan pentingnya transfer keterampilan berbasis praktik nyata.

Ke depan, kegiatan serupa perlu dikembangkan menuju tahap lanjutan berupa pendampingan intensif pembuatan laporan keuangan digital, penguatan branding produk desa, serta pembentukan koperasi pemasaran daring berbasis komunitas. Dengan demikian, pemberdayaan masyarakat tidak berhenti pada pelatihan, tetapi berlanjut pada transformasi sosial dan ekonomi yang berkelanjutan.

## Ucapan Terimakasih

Penulis menyampaikan apresiasi yang sebesar-besarnya kepada Direktorat Riset, Teknologi, dan Pengabdian kepada Masyarakat (DPPM) Kemendiknas atas dukungan pendanaan melalui program Hibah Pemberdayaan Desa Binaan (PDB) Tahun 2025 yang telah memungkinkan terlaksananya kegiatan ini. Ucapan terima kasih juga disampaikan kepada Universitas Hasanuddin dan Universitas Muhammadiyah Parepare atas sinergi akademik dan dukungan sumber daya dalam perencanaan serta pelaksanaan pelatihan.

Penghargaan yang tulus diberikan kepada Pemerintah Desa Pucak, khususnya Bapak Abdul Razak selaku Kepala Desa, serta seluruh anggota Kelompok Panrita Cani dan Kelompok Tani Puncak Jaya yang telah berpartisipasi aktif dalam seluruh rangkaian kegiatan. Dukungan dan keterbukaan masyarakat menjadi faktor utama keberhasilan pelatihan ini, sekaligus menjadi dasar bagi pengembangan model pemberdayaan berbasis literasi digital dan finansial di masa mendatang.

## Referensi

- Aini, A. N., Safitri, E. N., Majalina, G., Abidin, M. Z., & Khoiriawati, N. (2024). Analisis Peluang dan tantangan Teknologi Terhadap Pemberdayaan UMKM di Indonesia. *SENTRI: Jurnal Riset Ilmiah*, 3(5), 2564–2571. <https://doi.org/10.55681/sentri.v3i5.2842>
- Aminah A., Amukti, R., Yani, S., & Khair, O. I. (2025). Pemanfaatan Media Sosial Tiktok Sebagai Sarana Pemasaran Produk UMKM Pertanian di Wilayah Perdesaan. *Idarah: Jurnal Manajemen Pemasaran*, 2(1), 35–39.
- Bourazeri, A., & Pitt, J. (2014). Collective Awareness for Collective Action in Socio-technical Systems. 2014 *IEEE Eighth International Conference on Self-Adaptive and Self-Organizing Systems Workshops*, 90–95. <https://doi.org/10.1109/SASOW.2014.37>
- Badan Riset dan Inovasi Nasional. (2024). BRIN Soroti Rendahnya Adopsi Teknologi Digital UMKM di Indonesia (<https://brin.go.id/news/124058/brin-soroti-rendahnya-adopsi-teknologi-digital-oleh-umkm-indonesia>)
- Chambers, R., & Chambers, R. (1995). Environment and Urbanization Poverty and livelihoods : whose reality counts ? <https://doi.org/10.1177/095624789500700106>

- Fadila, A., Sholihah, D. R., & Nugraheni, S. (2021). Pembinaan Pengelolaan Keuangan dan Pemasaran Digital pada pelaku UKM Kecamatan Ciomas Bogor. *To Maega : Jurnal Pengabdian Masyarakat*, 4(2), 221. <https://doi.org/10.35914/tomaega.v4i2.782>
- Khairunnida, Sri Hartini, & Joko Prayogi. (2025). Pelatihan Pengelolaan Keuangan Sederhana Bagi Pelaku Usaha Mikro di Desa Lubuk Cemara Kabupaten Serdang Bedagai. *Jurnal Pengabdian Pada Masyarakat Kontribusi*, 5(1).
- Su, L., Peng, Y., Kong, R., & Chen, Q. (2021). Impact of E-Commerce Adoption on Farmers' Participation in the Digital Financial Market: Evidence from Rural China. *Journal of Theoretical and Applied Electronic Commerce Research*, 16(5), 1434–1457. <https://doi.org/10.3390/jtaer16050081>
- Suhri, A. G. M. I., Mattunruang, A. A., Astuti, W. W., & Hasdiansyah, A. (2024). Peningkatan Kualitas Madu Trigona Melalui Pelatihan Dehumidifikasi Sederhana. *Madaniya*, 5(4), 1554-1559.
- Susanto, Y., Effendi, M., Purwanto, M. B., & Pancasila, I. (2022). Sosialisasi Penggunaan Literasi Digital dalam Memasarkan Produk UKM di Desa Semangus Kecamatan Muara Lakitan Kabupaten Musirawas. *Abdimas Galuh*, 4(2), 1408. <https://doi.org/10.25157/ag.v4i2.8612>