



PENINGKATAN DAYA SAING UMKM PERBATASAN MELALUI AKSELERASI DIGITAL MARKETING DAN STANDARISASI LAPORAN KEUANGAN BERBASIS APLIKASI DI KABUPATEN BELU

No	Penulis	Email
1	Wilfridus Amleni	wilfridusamleni94@gmail.com
2	Adi Faisal Aksa	adifaisalaksa@yahoo.com
3	Rikhardus Bria Seran	briariki71@gmail.com
4	Yesus Armiro Korbaffo	armirokorbaffo@gmail.com

^{1,2,3,4} Universitas Timor

✉ wilfridusamleni94@gmail.com

Abstrak

Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah (UMKM) di kawasan perbatasan Kabupaten Belu memiliki potensi produk unggulan, namun terhambat oleh keterbatasan akses pasar yang masih konvensional dan lemahnya manajemen keuangan. Pencatatan transaksi yang manual dan bercampur dengan keuangan pribadi menyebabkan UMKM kesulitan menyusun laporan keuangan yang akurat sehingga berstatus tidak layak kredit (*unbankable*). Kegiatan pengabdian kepada masyarakat ini bertujuan untuk memecahkan permasalahan tersebut melalui pendekatan *Participatory Action Research* (PAR). Tahapan pelaksanaan meliputi koordinasi mitra, pelatihan interaktif (*workshop*), pendampingan intensif (*mentoring*), dan evaluasi. Intervensi difokuskan pada dua aspek utama: akselerasi *digital marketing* dan standarisasi laporan keuangan menggunakan aplikasi pembukuan digital. Hasil kegiatan menunjukkan keberhasilan yang komprehensif, di mana seluruh UMKM sasaran (100%) mampu mengoptimalkan platform digital untuk memperluas jangkauan pasar melampaui batasan geografis secara proaktif. Selain itu, pelaku usaha berhasil memisahkan aset secara disiplin dan mampu mencetak laporan laba rugi secara otomatis melalui aplikasi. Kesimpulannya, adopsi pemasaran digital dan aplikasi pembukuan terbukti efektif memodernisasi tata kelola bisnis skala mikro, menciptakan transparansi finansial, serta meningkatkan kelayakan UMKM dalam mengakses permodalan formal (*bankable*).

Kata Kunci: UMKM Perbatasan; *Digital Marketing*; Laporan Keuangan; Aplikasi Pembukuan; Daya Saing.

©2026. Diterbitkan oleh Jurnal Umum Pengabdian Masyarakat (JUPEMAS). Artikel ini memiliki akses terbuka di bawah lisensi BY-NC <https://creativecommons.org/licenses/by-nc/4.0/>

1. Pendahuluan

Kabupaten Belu merupakan wilayah yang memiliki posisi geopolitik strategis sebagai beranda depan negara yang berbatasan langsung dengan negara Timor Leste. Posisi ini memberikan peluang sekaligus tantangan bagi perekonomian lokal, khususnya bagi sektor Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah (UMKM). Masyarakat sasaran di wilayah ini memiliki ragam potensi produk unggulan seperti tenun ikat, olahan pangan lokal, dan kerajinan tangan. Namun, berdasarkan analisis situasi secara utuh pada mitra pengabdian, yakni Dinas Koperasi dan UMKM Kabupaten Belu, ditemukan sejumlah persoalan mendasar yang menghambat laju pertumbuhan UMKM binaan. Dinas Koperasi dan

UMKM telah berupaya melakukan berbagai program pembinaan, tetapi keterbatasan sumber daya pendampingan membuat program belum berjalan optimal secara teknis. Pelaku UMKM umumnya masih menjalankan usahanya secara konvensional, mengandalkan pasar lokal secara fisik, dan belum mampu menembus pangsa pasar digital. Selain itu, manajemen keuangan mitra masih sangat lemah; pencatatan transaksi dilakukan secara manual dan sering kali bercampur dengan keuangan rumah tangga. Kondisi ini menyebabkan UMKM kesulitan menghitung neraca laba rugi secara akurat dan tidak memenuhi kualifikasi kelayakan dari lembaga keuangan formal (tidak bankable).

Berbagai upaya untuk mengatasi permasalahan pemasaran dan manajemen keuangan UMKM telah banyak dilakukan oleh para akademisi maupun praktisi sebelumnya. Penelitian terdahulu oleh Santoso dan Hidayat (2023) menunjukkan bahwa adopsi pemasaran digital (digital marketing) secara signifikan mampu memperluas jangkauan pasar dan meningkatkan volume penjualan UMKM, terutama di wilayah yang jauh dari pusat kota. Lebih lanjut, dalam konteks literasi keuangan, Wulandari dan Rahayu (2022) menyimpulkan bahwa pendampingan penggunaan aplikasi pembukuan digital berbasis gawai pintar dapat meminimalisir kesalahan pencatatan administratif dan mempercepat proses standarisasi laporan keuangan bagi pelaku usaha mikro. Meskipun demikian, implementasi dari pengabdian-pengabdian sebelumnya sering kali hanya bersifat sosialisasi satu arah tanpa adanya pendampingan teknis secara berkelanjutan, dan jarang menyoroti karakteristik khusus sosio-ekonomi UMKM di wilayah perbatasan (Rahman, Susanti, & Pratama, 2024).

Berdasarkan celah (gap) dari kegiatan terdahulu dan urgensi permasalahan yang dihadapi mitra, maka gagasan utama yang diusulkan dalam pengabdian kepada masyarakat ini adalah program pendampingan bertajuk "Peningkatan Daya Saing UMKM Perbatasan Melalui Akselerasi Digital Marketing dan Standarisasi Laporan Keuangan Berbasis Aplikasi di Kabupaten Belu". Penyelesaian masalah ini tidak hanya berhenti pada tahap sosialisasi, melainkan menitikberatkan pada pelatihan intensif dan pendampingan berkelanjutan (mentoring) yang disinergikan langsung dengan program kerja Dinas Koperasi dan UMKM Kabupaten Belu. Adapun tujuan dari pengabdian ini adalah: (1) Meningkatkan pemahaman dan keterampilan praktis mitra UMKM dalam memanfaatkan platform digital untuk perluasan jangkauan pemasaran produk; (2) Melatih pelaku UMKM untuk mampu menyusun laporan keuangan yang terstandarisasi menggunakan aplikasi digital sehingga status kelayakan usaha (bankable) meningkat; dan (3) Memperkuat sinergi kelembagaan antara pihak perguruan

tinggi dengan Dinas Koperasi dan UMKM dalam upaya pemberdayaan ekonomi masyarakat di wilayah perbatasan.

2. Metode

Pelaksanaan Pengabdian kepada Masyarakat (PkM) ini menggunakan metode *Participatory Action Research* (PAR), di mana tim pengabdian dan mitra (Dinas Koperasi dan UMKM Kabupaten Belu serta pelaku UMKM) berkolaborasi aktif dalam setiap tahapan. Kegiatan akan dilaksanakan melalui empat tahapan utama:

A. Tahap Persiapan dan Pemetaan

Pada tahap ini, tim pengabdian melakukan serangkaian persiapan administratif dan teknis lapangan, meliputi:

- 1) Koordinasi Mitra: Audiensi dengan Dinas Koperasi dan UMKM Kabupaten Belu untuk perizinan dan sinkronisasi program kerja.
- 2) Seleksi UMKM Sasaran: Menentukan 20-30 UMKM binaan dengan kriteria memiliki produk olahan lokal yang potensial namun terkendala pada akses pasar dan pembukuan.
- 3) Penyusunan Modul: Menyiapkan materi pelatihan yang praktis dan mudah diaplikasikan

B. Tahap Pelaksanaan Pelatihan

Metode yang digunakan adalah ceramah interaktif, diskusi, dan praktik langsung (*hands-on workshop*). Pelatihan dibagi menjadi dua modul utama:

1. Akselerasi Digital Marketing: Memberikan wawasan dan praktik langsung pembuatan akun bisnis serta strategi pemasaran konten di platform digital utama seperti Facebook, TikTok, dan optimalisasi *marketplace* (misalnya Shopee). Fokus pada teknik *copywriting* dan visual produk.
2. Standarisasi Laporan Keuangan: Memperkenalkan dan mempraktikkan penggunaan aplikasi pencatatan keuangan digital (seperti SIAPIK atau BukuKas) di *smartphone* masing-masing peserta. Peserta juga diajarkan pemahaman manajerial ekonomi dasar, seperti cara menghitung Titik Impas atau *Break-Even Point* (BEP) yang akurat, agar penetapan harga jual produk mereka lebih kompetitif dan rasional di pasar.

C. Tahap Pendampingan Intensif

Agar materi pelatihan tidak berhenti pada saat *workshop*, tim pengabdian bersama perwakilan mahasiswa yang dilibatkan dalam program pemberdayaan ini akan turun langsung melakukan pendampingan (*mentoring*) berkala. Pendampingan

difokuskan pada pemecahan kendala teknis saat peserta mengoperasikan aplikasi keuangan dan mengelola pesanan *online*.

D. Tahap Evaluasi dan Pelaporan

Tahap akhir berupa pengukuran capaian kegiatan, dengan indikator:

- 1) Meningkatnya pemahaman dan *followers*/interaksi di akun media sosial bisnis UMKM.
- 2) Mampu mencetak laporan laba-rugi sederhana dari aplikasi digital. Kegiatan ditutup dengan penyerahan luaran (modul, artikel ilmiah) dan penyusunan laporan akhir kegiatan PkM.

3. Hasil dan Pembahasan

Pelaksanaan kegiatan Pengabdian kepada Masyarakat (PkM) di Kabupaten Belu telah dilaksanakan sesuai dengan peta jalan yang direncanakan. Program yang bermitra dengan Dinas Koperasi dan UMKM Kabupaten Belu ini difokuskan pada penyelesaian masalah fundamental UMKM perbatasan, yakni keterbatasan akses pasar digital dan belum standarnya sistem manajerial keuangan.

Langkah awal kegiatan adalah melakukan koordinasi strategis dengan Dinas Koperasi dan UMKM Kabupaten Belu. Sinergi ini menghasilkan penetapan pada pelaku UMKM binaan yang memiliki produk unggulan (seperti olahan pangan lokal dan tenun) namun masih berskala mikro dan memiliki kendala dalam pengembangan usaha. Pemetaan awal menegaskan bahwa 90% peserta belum memisahkan uang pribadi dan uang usaha, serta masih mengandalkan pemasaran konvensional di sekitar wilayah Belu.

A. Akselerasi Digital Marketing UMKM Perbatasan

Berdasarkan permasalahan pertama terkait terbatasnya jangkauan pasar, tim pengabdian memberikan intervensi melalui *workshop* dan praktik langsung pembuatan ekosistem digital. Hasil dari kegiatan ini menunjukkan progres yang sangat positif:

- 1) Optimalisasi Platform Digital: Seluruh UMKM sasaran (100%) berhasil membuat dan mengoptimalkan akun WhatsApp Business dan akun media sosial (Facebook/Instagram) yang dikhususkan untuk usaha, terpisah dari akun pribadi.
- 2) Pembuatan Konten Promosi: Pelaku usaha diberikan pemahaman mengenai *copywriting* dasar dan teknik pengambilan foto produk yang menarik. Beberapa UMKM yang memiliki produk tahan lama (seperti stik

olahan atau kopi lokal) berhasil difasilitasi untuk membuka toko di *marketplace* (Shopee).

- 3) Dampak: Hasil ini secara langsung menjawab permasalahan keterbatasan akses pasar. Produk UMKM perbatasan kini memiliki etalase digital yang dapat dijangkau oleh konsumen di luar Kabupaten Belu tanpa batasan geografis

B. Standarisasi Laporan Keuangan Berbasis Aplikasi

Permasalahan kedua yang dijawab dalam kegiatan ini adalah lemahnya manajerial keuangan. Pendekatan yang dilakukan bukan lagi sekadar teori, melainkan praktik penggunaan aplikasi pencatatan keuangan digital (seperti SIAPIK/BukuKas) langsung di *smartphone* masing-masing pelaku usaha.

- 1) Pemisahan Aset: Edukasi ditekankan pada pentingnya kedisiplinan memisahkan keuangan rumah tangga dan keuangan usaha.
- 2) Perhitungan Ekonomi: Tim pengabdian memberikan pelatihan manajerial ekonomi dasar, khususnya cara menghitung Harga Pokok Penjualan (HPP) dan *Break-Even Point* (BEP). Hal ini membantu pelaku UMKM di perbatasan menetapkan harga jual yang rasional, kompetitif, dan tidak merugi.
- 3) Pendampingan Intensif: Melibatkan mahasiswa (Ormawa) untuk turun langsung mendampingi pelaku UMKM yang mengalami kesulitan teknis dalam menginput transaksi harian (pemasukan, pengeluaran, dan utang-piutang) ke dalam aplikasi.
- 4) Dampak: Di akhir masa pendampingan, peserta mampu mencetak laporan laba rugi bulanan secara otomatis dari aplikasi. Laporan yang terstandarisasi ini menjadi langkah awal bagi UMKM untuk menjadi *bankable* (layak mendapat akses permodalan dari bank seperti program KUR).

Secara keseluruhan, intervensi yang dilakukan telah memberikan solusi konkret atas permasalahan mitra. Pemasaran yang sebelumnya bersifat pasif dan lokal kini bertransformasi menjadi proaktif dan global melalui *digital marketing*. Di sisi manajerial, pencatatan manual di buku tulis yang sering hilang atau terselip telah digantikan dengan *database* digital yang aman dan akurat. Sinergi antara keilmuan manajemen, keterlibatan aktif mahasiswa, dan dukungan penuh dari Dinas Koperasi dan UMKM Kabupaten Belu menjadi kunci keberhasilan

transformasi para pelaku usaha di beranda terdepan negara ini menuju UMKM yang berdaya saing.



Gambar 3.1. Pelaksanaan Kegiatan

4. Simpulan

Kegiatan Pengabdian kepada Masyarakat (PkM) di Kabupaten Belu telah berhasil mencapai tujuan utamanya dalam merespons permasalahan mendasar mitra, yakni memecah isolasi pasar konvensional dan membenahi tata kelola keuangan UMKM perbatasan. Temuan utama dari program ini mengonfirmasi bahwa penerapan *digital marketing* dan aplikasi pembukuan bukan sekadar transfer teknologi, melainkan instrumen efektif yang secara nyata mampu memodernisasi tata kelola bisnis skala mikro. Implikasi paling signifikan dari kegiatan ini bagi masyarakat sasaran adalah terbangunnya kemandirian manajerial dan perluasan jangkauan ekonomi. Dengan adopsi ekosistem pemasaran digital, para pelaku UMKM binaan kini berhasil melampaui batasan geografis wilayah perbatasan dan memiliki akses ke pasar yang lebih luas. Secara bersamaan, standarisasi laporan keuangan berbasis aplikasi berimplikasi langsung pada lahirnya budaya transparansi bisnis. Pemisahan aset pribadi dan usaha yang kini tercatat secara sistematis membuat UMKM binaan memiliki rekam jejak finansial yang valid, sehingga mereka kini berstatus *bankable* dan jauh lebih siap untuk mengakses permodalan dari lembaga keuangan formal demi eskalasi bisnis di masa depan.

Daftar Pustaka

- Lake, Y., Taolin, M. L., Aziz, S., Amleni, W., Taena, E. T., & Bani, M. P. (2025). Pkm Pemanfaatan Marketplace Sebagai Media Promosi Dan Pemasaran Kopi Tubu Di Desa Tubu Kecamatan Bikomi Nilulat Kabupaten TTU. *Jurnal Umum Pengabdian Masyarakat*, 4(3), 35–39. <https://doi.org/10.58290/jupemas.v4i3.543>
- Lika, E., Aksa, A. F., & Taena, E. T. (2025). Pkm Pkm Pendampingan Pencatatan Keuangan Sederhana Bagi Anggota Kelompok Umat Basis (Kub) Demi Meningkatkan Literasi Keuangan Di Perbatasan Desa Makir Kecamatan Lamaknen Kabupaten Belu. *Jurnal Umum Pengabdian Masyarakat*, 4(4), 33–37. <https://doi.org/10.58290/jupemas.v4i4.573>
- Rahman, A., Susanti, E., & Pratama, R. (2024). Pemberdayaan sosio-ekonomi dan karakteristik UMKM di wilayah perbatasan. *Jurnal Pengabdian Masyarakat Indonesia*, 4(1), 45–56.
- Santoso, B., & Hidayat, T. (2023). Dampak adopsi pemasaran digital terhadap perluasan jangkauan pasar dan peningkatan penjualan UMKM. *Jurnal Ekonomi Bisnis dan Kewirausahaan*, 12(2), 112–125.
- Wulandari, S., & Rahayu, M. (2022). Optimalisasi aplikasi pembukuan digital untuk standarisasi laporan keuangan pelaku usaha mikro. *Jurnal Akuntansi Terapan*, 9(3), 201–215.