



Peran Mahasiswa KKN dalam Mendukung Pemberdayaan Ekonomi melalui Promosi Usaha dan Edukasi Literasi Keuangan di Desa Simacem, Kabupaten Karo

The Role of KKN Students in Supporting Economic Empowerment through Business Promotion and Financial Literacy Education in Simacem Village, Karo Regency

Laylan Syafina¹, Delima², Anisa Suci³, Salma Agita Sitepu⁴, Nidaul Husna⁵, Efri Islami Hasibuan⁶

¹⁻⁶Universitas Islam Negeri Sumatera Utara

*Penulis korespondensi: delimaalukhma1024@gmail.com

Riwayat Artikel:

Naskah Masuk: 22 Juli 2026;

Revisi: 14 Agustus 2026;

Diterima: 11 September 2026;

Terbit: 29 September 2026.

Keywords: Business Promotion; Economic Empowerment; Financial Literacy; KKN; MSMEs.

Abstract. This study aims to describe the role of KKN students in supporting economic empowerment through business promotion and financial literacy education in Simacem Village, Karo Regency. The activity employed a descriptive qualitative approach with a participatory method involving community members and MSME actors as the main targets. Data were collected through observation, simple interviews, discussions, and documentation during the implementation of the activities. The stages included identifying business conditions and community needs, providing education on financial literacy, managing income and expenses, conducting simple financial recording, and assisting the use of digital media for business promotion. The results showed increased community understanding of the importance of financial management, the ability to conduct simple financial records, and knowledge of promotional strategies through digital media. The activities also encouraged the community to understand the use of technology in supporting economic activities and expanding product marketing. Student assistance served as a facilitator in connecting knowledge with community economic practices. The integration of financial literacy and digital promotion is an important step in strengthening MSME capacity and supporting sustainable economic empowerment in rural communities.

Abstrak.

Penelitian ini bertujuan untuk mendeskripsikan peran mahasiswa KKN dalam mendukung pemberdayaan ekonomi melalui promosi usaha dan edukasi literasi keuangan di Desa Simacem, Kabupaten Karo. Kegiatan dilaksanakan menggunakan pendekatan deskriptif kualitatif dengan metode partisipatif yang melibatkan masyarakat dan pelaku UMKM sebagai sasaran kegiatan. Pengumpulan data dilakukan melalui observasi, wawancara sederhana, diskusi, dan dokumentasi selama pelaksanaan kegiatan. Tahapan kegiatan meliputi identifikasi kondisi usaha dan kebutuhan masyarakat, edukasi mengenai literasi keuangan, pengelolaan pendapatan dan pengeluaran, pencatatan keuangan sederhana, serta pendampingan pemanfaatan media digital untuk promosi usaha. Hasil kegiatan menunjukkan adanya peningkatan pemahaman masyarakat mengenai pentingnya pengelolaan keuangan, kemampuan melakukan pencatatan sederhana, serta pemahaman terhadap strategi promosi melalui media digital. Kegiatan juga mendorong masyarakat untuk lebih mengenal pemanfaatan teknologi dalam mendukung aktivitas ekonomi dan memperluas jangkauan pemasaran produk. Pendampingan mahasiswa berperan sebagai fasilitator dalam menghubungkan pengetahuan dengan praktik ekonomi masyarakat. Integrasi literasi keuangan dan promosi digital menjadi langkah penting dalam memperkuat kapasitas pelaku UMKM serta mendukung keberlanjutan pemberdayaan ekonomi masyarakat desa secara bertahap. Keberlanjutan program diharapkan mampu meningkatkan kemandirian pelaku usaha dalam mengelola keuangan, memasarkan produk, dan mengembangkan potensi ekonomi lokal secara berkelanjutan setempat.

Kata kunci: Pemberdayaan Ekonomi; KKN; Literasi Keuangan; Promosi Bisnis; UMKM.

1. PENDAHULUAN

Pemberdayaan ekonomi masyarakat menjadi salah satu upaya penting dalam meningkatkan kemampuan masyarakat untuk mengelola potensi ekonomi secara mandiri dan berkelanjutan. Dalam konteks masyarakat desa, kegiatan ekonomi umumnya berkembang melalui usaha mikro, perdagangan kecil, produk rumah tangga, serta berbagai aktivitas kewirausahaan yang memanfaatkan sumber daya lokal. Namun, kemampuan pelaku usaha dalam mengelola keuangan dan mempromosikan produk masih menghadapi berbagai tantangan, terutama berkaitan dengan pencatatan keuangan, pengelolaan modal, pengaturan pengeluaran, dan pemanfaatan media digital. Literasi keuangan menjadi aspek penting karena membantu pelaku UMKM memahami cara mengelola pendapatan, menentukan prioritas penggunaan dana, serta mengambil keputusan ekonomi secara lebih terencana. Pengelolaan keuangan yang baik juga dapat mendukung keberlangsungan usaha dan meningkatkan kemampuan masyarakat dalam menghadapi perubahan lingkungan ekonomi (Astuti & Soleha, 2023).

Perkembangan teknologi informasi memberikan peluang baru bagi masyarakat desa untuk memperluas kegiatan ekonomi melalui pemanfaatan media digital. Pelaku UMKM tidak lagi hanya mengandalkan promosi secara langsung, tetapi dapat memperkenalkan produk melalui media sosial, *digital marketing*, dan berbagai platform *e-commerce*. Pemanfaatan teknologi tersebut memungkinkan produk usaha lokal dikenal oleh konsumen dengan jangkauan yang lebih luas tanpa membutuhkan biaya promosi yang terlalu besar. Meskipun demikian, pemanfaatan teknologi membutuhkan kemampuan dan pengetahuan yang memadai agar masyarakat dapat menggunakannya secara tepat. Literasi keuangan digital menjadi bagian penting karena masyarakat perlu memahami transaksi, pengelolaan dana, keamanan informasi, serta risiko dalam aktivitas ekonomi berbasis teknologi. Peningkatan literasi tersebut dapat mendukung masyarakat dalam mengikuti perkembangan ekonomi digital secara lebih bijaksana dan bertanggung jawab (Ciptawaty et al., 2023).

Promosi usaha merupakan bagian penting dalam pemberdayaan ekonomi karena kemampuan memperkenalkan produk dapat memengaruhi peluang usaha untuk memperoleh konsumen baru. Bagi UMKM di wilayah pedesaan, keterbatasan pengetahuan mengenai strategi promosi sering menjadi hambatan dalam meningkatkan daya jangkau pasar. Pendampingan melalui pemanfaatan *digital marketing* dapat membantu pelaku usaha memahami cara menyusun informasi produk, membuat materi promosi, memanfaatkan media sosial, serta memperkenalkan produk melalui platform digital. Kegiatan promosi yang dilakukan secara terarah dapat menjadi sarana untuk memperkuat keberadaan usaha lokal dan

meningkatkan daya tarik produk kepada calon konsumen. Selain itu, pendampingan secara langsung dapat memberikan kesempatan kepada pelaku usaha untuk mempraktikkan pengetahuan yang diperoleh sesuai dengan kondisi usaha masing-masing. Pemanfaatan media digital secara tepat dapat mendukung pengembangan ekonomi masyarakat melalui penguatan pemasaran UMKM (Diawati et al., 2023).

Di sisi lain, kemampuan mengelola keuangan merupakan faktor yang tidak dapat dipisahkan dari keberlanjutan kegiatan usaha masyarakat. Pelaku UMKM perlu memiliki pemahaman mengenai pemasukan, pengeluaran, modal, keuntungan, serta pemisahan antara keuangan pribadi dan keuangan usaha. Tanpa pengelolaan yang teratur, pendapatan usaha dapat sulit diketahui secara jelas sehingga pelaku usaha mengalami kesulitan dalam menentukan perkembangan usahanya. Literasi keuangan juga berkaitan dengan kemampuan mengambil keputusan ekonomi berdasarkan informasi yang tersedia, termasuk menentukan penggunaan modal dan mengatur kebutuhan usaha. Penelitian mengenai UMKM di Indonesia menunjukkan bahwa literasi keuangan memiliki keterkaitan dengan kinerja dan pengelolaan usaha. Oleh karena itu, edukasi literasi keuangan di tingkat masyarakat desa dapat menjadi langkah awal untuk membangun kebiasaan ekonomi yang lebih terencana, disiplin, dan mendukung keberlanjutan usaha (Angreyani et al., 2023).

Mahasiswa Kuliah Kerja Nyata (KKN) memiliki ruang untuk berkontribusi dalam proses pemberdayaan masyarakat melalui kegiatan edukasi, pendampingan, dan penguatan kapasitas ekonomi. Kehadiran mahasiswa di tengah masyarakat dapat menjadi sarana transfer pengetahuan yang disesuaikan dengan kebutuhan dan kondisi lokal. Dalam bidang ekonomi, mahasiswa dapat membantu masyarakat mengenali potensi usaha, menyusun strategi promosi sederhana, memanfaatkan media digital, serta memahami pentingnya pencatatan dan pengelolaan keuangan. Pendekatan langsung melalui kegiatan pendampingan memungkinkan masyarakat tidak hanya memperoleh informasi secara teoritis, tetapi juga mencoba menerapkan pengetahuan tersebut dalam aktivitas usaha sehari-hari. Pemberdayaan UMKM melalui pelatihan dan pendampingan *digital marketing* menunjukkan bahwa kegiatan edukatif dapat diarahkan untuk meningkatkan kemampuan pelaku usaha dalam memperkenalkan produk dan memperluas nilai jualnya (Satria et al., 2025).

Desa Simacem, Kabupaten Karo, memiliki konteks masyarakat yang dapat dikembangkan melalui penguatan aktivitas ekonomi berbasis potensi lokal. Pemberdayaan ekonomi tidak hanya membutuhkan dukungan terhadap produk yang dihasilkan, tetapi juga peningkatan kemampuan masyarakat dalam mengelola usaha dan memperkenalkannya kepada pasar. Oleh sebab itu, kegiatan mahasiswa KKN dapat diarahkan pada dua aspek yang saling

melengkapi, yaitu promosi usaha dan edukasi literasi keuangan. Promosi membantu masyarakat memperluas pengenalan produk, sedangkan literasi keuangan membantu pelaku usaha memahami pengelolaan sumber daya ekonomi secara lebih teratur. Pendekatan tersebut sejalan dengan upaya pengembangan ekonomi masyarakat melalui pemberdayaan UMKM dan pemanfaatan teknologi pemasaran. Penguatan kedua aspek tersebut diharapkan dapat membantu masyarakat mengembangkan usaha secara lebih adaptif terhadap perubahan pola konsumsi dan perkembangan teknologi digital (Rahmadani et al., 2023).

Berdasarkan kondisi tersebut, peran mahasiswa KKN dalam pemberdayaan ekonomi masyarakat perlu dilihat sebagai proses pendampingan yang menghubungkan pengetahuan dengan praktik ekonomi di tingkat desa. Kegiatan promosi usaha dan edukasi literasi keuangan tidak hanya diarahkan pada peningkatan pengetahuan, tetapi juga pada pembentukan kemampuan masyarakat untuk menerapkan strategi ekonomi secara mandiri. Pemanfaatan teknologi digital dapat digunakan untuk memperluas promosi, sementara pemahaman keuangan dapat membantu masyarakat mengelola hasil usaha secara lebih terencana. Penelitian dan kegiatan pemberdayaan sebelumnya menunjukkan pentingnya kombinasi antara peningkatan kapasitas UMKM, pengelolaan keuangan, dan digitalisasi pemasaran dalam mendukung keberlanjutan usaha. Dengan demikian, kegiatan KKN di Desa Simacem menjadi bentuk kontribusi mahasiswa dalam mendorong masyarakat agar lebih aktif, adaptif, dan mandiri dalam mengembangkan potensi ekonomi lokal (Purnamasari et al., 2025).

2. TINJAUAN TEORITIS

Pemberdayaan Ekonomi Masyarakat

Pemberdayaan ekonomi masyarakat merupakan proses peningkatan kemampuan individu maupun kelompok dalam mengelola potensi ekonomi agar dapat menghasilkan manfaat yang berkelanjutan. Pemberdayaan tidak hanya berorientasi pada peningkatan pendapatan, tetapi juga mencakup penguatan pengetahuan, keterampilan, kemampuan mengambil keputusan, serta kemandirian dalam menjalankan kegiatan ekonomi. Dalam konteks UMKM, pemberdayaan dapat dilakukan melalui pelatihan, pendampingan, pengembangan pemasaran, dan pemanfaatan teknologi digital. Kegiatan tersebut memberikan kesempatan kepada pelaku usaha untuk mengenali potensi produk, memperbaiki pengelolaan usaha, serta memperluas akses terhadap pasar. Pengembangan ekonomi masyarakat melalui pemberdayaan UMKM juga dapat diarahkan pada pemanfaatan teknologi sebagai sarana memperkuat kegiatan pemasaran dan meningkatkan daya saing produk lokal. Dengan

demikian, pemberdayaan menjadi proses yang mendorong masyarakat untuk lebih mandiri dalam mengembangkan kegiatan ekonominya (Rahmadani et al., 2023).

Literasi Keuangan

Literasi keuangan merupakan kemampuan seseorang dalam memahami, menggunakan, dan mengambil keputusan berkaitan dengan pengelolaan keuangan secara tepat. Bagi pelaku UMKM, literasi keuangan memiliki peranan penting karena kegiatan usaha membutuhkan kemampuan mengatur modal, pendapatan, pengeluaran, keuntungan, serta kebutuhan operasional. Pemahaman keuangan yang baik dapat membantu pelaku usaha menentukan prioritas penggunaan dana dan menghindari pencampuran keuangan pribadi dengan keuangan usaha. Selain itu, literasi keuangan dapat mendukung kemampuan pelaku UMKM dalam membuat keputusan yang lebih rasional berdasarkan kondisi keuangan yang dimiliki. Pengelolaan keuangan yang baik menjadi salah satu bagian penting dalam menjaga keberlangsungan usaha karena pelaku usaha dapat mengetahui kondisi keuangannya dan merencanakan kebutuhan usaha dengan lebih terarah. Oleh karena itu, edukasi literasi keuangan relevan diterapkan dalam kegiatan pemberdayaan ekonomi masyarakat desa (Astuti & Soleha, 2023).

Literasi Keuangan Digital

Literasi keuangan digital merupakan kemampuan masyarakat dalam memahami dan menggunakan layanan keuangan berbasis teknologi secara aman, efektif, dan bertanggung jawab. Perkembangan teknologi telah membuat berbagai aktivitas ekonomi dapat dilakukan melalui perangkat digital, mulai dari pembayaran, transfer dana, pencatatan transaksi, hingga pengelolaan informasi keuangan. Kondisi tersebut memberikan kemudahan bagi pelaku UMKM, tetapi sekaligus membutuhkan pemahaman mengenai keamanan transaksi dan penggunaan layanan digital. Literasi keuangan digital dapat membantu masyarakat mengenali manfaat teknologi sekaligus memahami risiko yang mungkin muncul dalam aktivitas keuangan digital. Bagi pelaku usaha, kemampuan tersebut dapat mendukung efisiensi transaksi dan memperluas akses terhadap layanan ekonomi. Edukasi mengenai literasi keuangan digital menjadi penting agar masyarakat tidak hanya mampu menggunakan teknologi, tetapi juga dapat menggunakannya secara bijak dalam mendukung aktivitas ekonomi dan pengelolaan usaha (Ciptawaty et al., 2023).

Promosi Usaha melalui *Digital Marketing*

Promosi usaha melalui *digital marketing* merupakan strategi memperkenalkan produk atau jasa dengan memanfaatkan media dan saluran digital untuk menjangkau konsumen secara lebih luas. Strategi ini dapat dilakukan melalui media sosial, *e-commerce*, serta berbagai

platform digital yang memungkinkan pelaku UMKM menyampaikan informasi mengenai produk kepada calon konsumen. Bagi usaha masyarakat desa, penggunaan *digital marketing* dapat menjadi alternatif untuk mengatasi keterbatasan promosi konvensional dan memperluas jangkauan pemasaran. Pendampingan diperlukan agar pelaku usaha dapat memahami cara membuat informasi produk, menentukan media promosi, menyusun materi yang menarik, serta berinteraksi dengan konsumen secara tepat. Pemanfaatan media digital dalam kegiatan pemasaran juga dapat membantu meningkatkan visibilitas produk dan mendukung pengembangan ekonomi masyarakat. Oleh karena itu, edukasi promosi digital menjadi salah satu bentuk penguatan kapasitas UMKM dalam menghadapi perubahan perilaku konsumen (Diawati et al., 2023).

Pendampingan UMKM dan Peran Mahasiswa KKN

Pendampingan UMKM merupakan proses pemberian pengetahuan, keterampilan, arahan, dan dukungan secara berkelanjutan agar pelaku usaha mampu meningkatkan kapasitas dalam menjalankan kegiatan ekonominya. Dalam kegiatan KKN, mahasiswa dapat berperan sebagai fasilitator yang membantu masyarakat memahami berbagai pengetahuan praktis sesuai kebutuhan lokal. Bentuk pendampingan dapat mencakup edukasi literasi keuangan, pengenalan strategi promosi, pembuatan materi pemasaran, serta praktik penggunaan media digital. Pendekatan langsung memungkinkan mahasiswa memahami kondisi usaha masyarakat sekaligus memberikan solusi yang lebih sesuai dengan kebutuhan pelaku UMKM. Pelatihan *digital marketing* yang disertai pendampingan dapat membantu pelaku usaha meningkatkan kemampuan memperkenalkan produk dan mengembangkan nilai jualnya. Dengan demikian, keterlibatan mahasiswa KKN dapat menjadi salah satu bentuk kontribusi akademik dalam memperkuat kapasitas masyarakat dan mendukung kemandirian ekonomi melalui pengetahuan serta praktik yang aplikatif (Satria et al., 2025).

3. METODE PENELITIAN

Metode penelitian ini menggunakan pendekatan deskriptif kualitatif dengan metode partisipatif yang dilaksanakan secara langsung di Desa Simacem, Kabupaten Karo. Kegiatan penelitian berfokus pada peran mahasiswa KKN dalam mendukung pemberdayaan ekonomi masyarakat melalui promosi usaha dan edukasi literasi keuangan. Pelaksanaan kegiatan dilakukan dengan melibatkan masyarakat dan pelaku UMKM sebagai sasaran utama. Tahapan kegiatan diawali dengan observasi lapangan untuk mengidentifikasi kondisi usaha, potensi ekonomi, kebutuhan promosi, serta pemahaman masyarakat mengenai pengelolaan keuangan. Selanjutnya, mahasiswa memberikan edukasi mengenai pentingnya literasi keuangan,

pengelolaan pendapatan dan pengeluaran, pencatatan sederhana, serta pemanfaatan media digital untuk memperkenalkan produk usaha. Pendekatan partisipatif digunakan agar masyarakat dapat terlibat secara aktif dalam proses penyampaian materi, diskusi, dan praktik kegiatan.

Metode penelitian ini juga menggunakan teknik pengumpulan data melalui observasi, wawancara sederhana, diskusi dengan masyarakat dan pelaku UMKM, serta dokumentasi selama pelaksanaan kegiatan KKN. Observasi dilakukan untuk melihat secara langsung aktivitas ekonomi dan bentuk promosi yang telah dilakukan oleh masyarakat. Wawancara dan diskusi digunakan untuk memperoleh informasi mengenai pengalaman, kendala, serta kebutuhan pelaku usaha dalam mengelola dan mempromosikan produknya. Dokumentasi digunakan sebagai data pendukung berupa catatan kegiatan dan dokumentasi pelaksanaan edukasi maupun pendampingan. Analisis dilakukan secara deskriptif dengan menguraikan proses kegiatan, respons masyarakat, pemahaman yang diperoleh, serta perubahan kemampuan dalam menerapkan promosi usaha dan pengelolaan keuangan sederhana. Evaluasi kegiatan dilakukan berdasarkan keterlibatan peserta, pemahaman terhadap materi, dan kemampuan menerapkan pengetahuan yang diberikan dalam aktivitas ekonomi sehari-hari.

4. HASIL DAN PEMBAHASAN

Hasil Penelitian

Peningkatan Pemahaman Masyarakat tentang Literasi Keuangan

Pelaksanaan edukasi literasi keuangan di Desa Simacem menunjukkan bahwa masyarakat memperoleh pemahaman yang lebih baik mengenai pentingnya mengelola keuangan secara terencana. Materi yang disampaikan mencakup pengenalan pendapatan dan pengeluaran, pengaturan kebutuhan dan keinginan, pencatatan keuangan sederhana, pengelolaan modal, serta pentingnya memisahkan keuangan pribadi dengan keuangan usaha. Penyampaian materi dilakukan dengan bahasa sederhana dan disesuaikan dengan aktivitas ekonomi masyarakat sehingga lebih mudah dipahami. Melalui diskusi langsung, masyarakat juga dapat menyampaikan pengalaman dalam mengelola pendapatan dan berbagai kendala yang dihadapi ketika menjalankan usaha. Kegiatan tersebut menunjukkan bahwa edukasi keuangan dapat menjadi sarana untuk membangun kebiasaan pengelolaan keuangan yang lebih teratur dalam kehidupan masyarakat maupun kegiatan usaha (Astuti & Soleha, 2023).

Hasil kegiatan juga menunjukkan adanya ketertarikan masyarakat untuk memahami hubungan antara kemampuan mengelola keuangan dengan keberlangsungan usaha. Masyarakat diarahkan untuk mengenali pentingnya mengetahui jumlah pemasukan,

pengeluaran, modal, dan hasil usaha agar keputusan ekonomi dapat dilakukan secara lebih terukur. Edukasi tidak hanya diberikan dalam bentuk penyampaian teori, tetapi juga melalui contoh sederhana yang berkaitan dengan kegiatan ekonomi sehari-hari. Pendekatan tersebut membantu peserta memahami bahwa literasi keuangan bukan hanya berkaitan dengan pengetahuan mengenai uang, tetapi juga kemampuan menerapkan pengetahuan tersebut dalam pengambilan keputusan. Pemahaman literasi keuangan yang semakin baik dapat mendukung pelaku UMKM dalam mengelola sumber daya usaha dan menghadapi kebutuhan ekonomi secara lebih terencana (Angreyani et al., 2023).

Peningkatan Kemampuan Promosi Usaha

Kegiatan pendampingan promosi usaha memberikan pemahaman kepada masyarakat mengenai pentingnya memperkenalkan produk secara lebih luas. Sebelum pendampingan, promosi usaha masyarakat masih dapat dilakukan secara sederhana melalui hubungan langsung dan pelanggan sekitar. Melalui kegiatan KKN, mahasiswa memperkenalkan penggunaan media digital sebagai sarana tambahan untuk menyampaikan informasi produk kepada calon konsumen. Materi pendampingan meliputi penyusunan informasi produk, pengenalan media sosial, pembuatan materi promosi sederhana, serta cara menyampaikan keunggulan produk secara menarik. Masyarakat juga diarahkan untuk memperhatikan foto produk, informasi harga, lokasi usaha, dan kontak yang dapat digunakan konsumen. Kegiatan tersebut memberikan pengetahuan praktis mengenai pentingnya promosi yang informatif dan mudah diakses oleh masyarakat luas (Diawati et al., 2023).

Pendampingan yang dilakukan secara langsung memberikan kesempatan kepada pelaku usaha untuk mencoba menerapkan strategi promosi sesuai dengan jenis produk yang dimiliki. Mahasiswa membantu memberikan contoh pembuatan konten sederhana dan menjelaskan cara memanfaatkan media digital secara lebih konsisten. Pelaku usaha dapat memahami bahwa promosi tidak hanya bertujuan memperkenalkan produk, tetapi juga membangun komunikasi dengan konsumen dan meningkatkan daya tarik produk. Penggunaan media digital memberikan peluang bagi usaha lokal untuk menjangkau konsumen di luar lingkungan terdekat. Hasil kegiatan ini memperlihatkan bahwa pendampingan menjadi penting karena sebagian masyarakat membutuhkan praktik langsung sebelum dapat menggunakan media promosi secara mandiri. Pemanfaatan *digital marketing* juga dapat mendukung peningkatan nilai jual dan daya saing produk UMKM (Satria et al., 2025).

Pengenalan Pemanfaatan Teknologi Digital dalam Aktivitas Ekonomi

Pelaksanaan kegiatan juga menghasilkan peningkatan pemahaman masyarakat mengenai pemanfaatan teknologi digital dalam mendukung aktivitas ekonomi. Mahasiswa memberikan penjelasan mengenai berbagai bentuk penggunaan teknologi yang dapat diterapkan oleh masyarakat, mulai dari promosi produk, komunikasi dengan konsumen, pembayaran digital, hingga pengelolaan informasi usaha. Pengenalan teknologi dilakukan secara bertahap agar masyarakat dapat memahami manfaat dan cara penggunaannya sesuai kebutuhan. Masyarakat diberikan pemahaman bahwa digitalisasi tidak selalu membutuhkan sistem yang rumit, tetapi dapat dimulai dari penggunaan perangkat yang sudah dimiliki untuk menunjang aktivitas usaha. Pengenalan tersebut menjadi bagian penting dalam meningkatkan kesiapan masyarakat menghadapi perubahan pola transaksi dan pemasaran yang semakin berkembang melalui teknologi digital (Manap et al., 2024).

Hasil pendampingan menunjukkan bahwa masyarakat mulai memahami bahwa teknologi dapat digunakan sebagai alat pendukung kegiatan ekonomi, bukan hanya sebagai sarana komunikasi atau hiburan. Pelaku UMKM dapat melihat peluang penggunaan media digital untuk memperkenalkan produk, berkomunikasi dengan konsumen, serta mempermudah aktivitas transaksi. Mahasiswa juga memberikan penjelasan mengenai pentingnya menjaga keamanan akun, informasi pribadi, dan data transaksi ketika menggunakan layanan digital. Pengetahuan tersebut diperlukan agar proses digitalisasi dapat dilakukan secara aman dan bertanggung jawab. Literasi keuangan digital menjadi dasar penting bagi masyarakat agar mampu menggunakan layanan keuangan berbasis teknologi dengan memahami manfaat sekaligus risiko yang mungkin muncul dalam penggunaannya (Ciptawaty et al., 2023).

Penguatan Pengelolaan Keuangan UMKM

Kegiatan edukasi memberikan perhatian pada pengelolaan keuangan UMKM sebagai bagian dari penguatan kapasitas ekonomi masyarakat. Pelaku usaha diberikan pemahaman mengenai pentingnya mencatat transaksi pemasukan dan pengeluaran secara sederhana. Pencatatan tersebut dapat membantu pelaku usaha mengetahui kondisi keuangan dan memperkirakan hasil kegiatan usaha. Mahasiswa memberikan contoh pencatatan yang dapat dilakukan menggunakan buku maupun perangkat digital sederhana sesuai dengan kemampuan masing-masing pelaku usaha. Selain itu, peserta diarahkan untuk membedakan penggunaan dana untuk kebutuhan rumah tangga dan kebutuhan usaha agar modal tidak tercampur dengan pengeluaran pribadi. Pengelolaan keuangan yang lebih tertib dapat memberikan informasi yang lebih jelas mengenai perkembangan usaha dan menjadi dasar dalam menentukan keputusan ekonomi berikutnya (Purnamasari et al., 2025).

Pemahaman mengenai pengelolaan keuangan juga berkaitan dengan kemampuan masyarakat dalam mempertahankan keberlanjutan usaha. Pelaku UMKM perlu mengetahui sumber pendapatan, jumlah biaya, kebutuhan modal, dan hasil yang diperoleh dari kegiatan usaha agar dapat menentukan langkah pengembangan secara lebih tepat. Dalam kegiatan KKN, mahasiswa memberikan edukasi melalui contoh yang dekat dengan aktivitas ekonomi masyarakat sehingga materi lebih mudah diterapkan. Pendekatan tersebut mendorong masyarakat untuk melihat pencatatan keuangan sebagai kebutuhan praktis, bukan sekadar kewajiban administratif. Pengelolaan keuangan yang baik dapat membantu pelaku UMKM mengendalikan penggunaan dana dan mendukung proses pengambilan keputusan usaha. Literasi keuangan yang memadai menjadi salah satu unsur yang mendukung pengelolaan UMKM secara lebih terarah (Kusumawardhani et al., 2023).

Respons Masyarakat terhadap Kegiatan Pemberdayaan Ekonomi

Masyarakat Desa Simacem menunjukkan keterlibatan dalam kegiatan edukasi dan pendampingan yang dilakukan mahasiswa KKN. Interaksi secara langsung memberikan ruang bagi masyarakat untuk bertanya, berdiskusi, dan menyampaikan pengalaman mengenai kegiatan usaha yang mereka jalankan. Respons tersebut terlihat dari ketertarikan peserta terhadap materi promosi usaha, pengelolaan keuangan, serta pemanfaatan teknologi digital. Kegiatan yang menggunakan contoh nyata dari lingkungan masyarakat membuat materi lebih mudah dikaitkan dengan kebutuhan sehari-hari. Mahasiswa juga dapat menyesuaikan penyampaian materi berdasarkan pertanyaan dan kondisi yang ditemukan selama kegiatan. Keterlibatan masyarakat menjadi bagian penting dalam proses pemberdayaan karena keberhasilan kegiatan tidak hanya ditentukan oleh penyampaian informasi, tetapi juga oleh kemauan masyarakat untuk memahami dan mencoba menerapkan pengetahuan tersebut (Rahmadani et al., 2023).

Kegiatan pendampingan juga memperlihatkan bahwa masyarakat membutuhkan proses yang berkelanjutan agar pengetahuan yang diberikan dapat diterapkan secara konsisten. Edukasi satu kali dapat memberikan pemahaman awal, tetapi penerapan dalam aktivitas usaha membutuhkan kebiasaan dan pendampingan secara bertahap. Oleh karena itu, mahasiswa tidak hanya berperan menyampaikan materi, tetapi juga membantu masyarakat memahami langkah-langkah praktis yang dapat dilakukan setelah kegiatan selesai. Integrasi antara promosi usaha dan literasi keuangan memberikan pemahaman bahwa peningkatan ekonomi membutuhkan kemampuan memasarkan produk sekaligus mengelola hasil usaha. Pendekatan pemberdayaan yang menggabungkan peningkatan kapasitas, digitalisasi pemasaran, dan pengelolaan usaha

dapat menjadi dasar bagi masyarakat untuk mengembangkan kegiatan ekonomi secara lebih adaptif dan berkelanjutan (Purnamasari et al., 2025).

Pembahasan

Literasi Keuangan sebagai Dasar Pemberdayaan Ekonomi

Edukasi literasi keuangan dalam kegiatan KKN menunjukkan bahwa penguatan kapasitas ekonomi masyarakat perlu dimulai dari kemampuan mengelola sumber daya keuangan secara sederhana dan terencana. Masyarakat yang memahami pemasukan, pengeluaran, modal, dan kebutuhan usaha memiliki dasar yang lebih baik untuk menentukan penggunaan dana. Hal tersebut sejalan dengan Astuti dan Soleha yang menempatkan literasi keuangan sebagai salah satu aspek penting dalam pengelolaan keuangan UMKM. Dalam konteks Desa Simacem, edukasi menjadi lebih relevan ketika materi dikaitkan dengan aktivitas ekonomi masyarakat sehari-hari. Mahasiswa dapat berperan sebagai fasilitator yang menerjemahkan konsep keuangan menjadi praktik sederhana sehingga lebih mudah diterapkan. Dengan demikian, literasi keuangan tidak berhenti sebagai pengetahuan, tetapi diarahkan menjadi kebiasaan yang dapat mendukung pengelolaan usaha masyarakat (Astuti & Soleha, 2023).

Promosi Digital sebagai Strategi Pengembangan Usaha

Promosi melalui media digital dapat menjadi alternatif bagi pelaku UMKM untuk memperluas pengenalan produk tanpa hanya bergantung pada konsumen di lingkungan sekitar. Pendampingan mahasiswa memberikan kesempatan kepada masyarakat untuk memahami cara menggunakan media digital dalam menyampaikan informasi produk secara lebih menarik dan terarah. Hal ini sejalan dengan Diawati et al. yang menunjukkan bahwa pemanfaatan *digital marketing* dan platform *e-commerce* dapat mendukung kemajuan perekonomian melalui penguatan pemasaran UMKM. Dalam kegiatan di Desa Simacem, strategi promosi dapat disesuaikan dengan kemampuan pelaku usaha sehingga tidak harus menggunakan teknologi yang kompleks. Konsistensi dalam memperkenalkan produk, menyampaikan informasi yang jelas, dan membangun komunikasi dengan konsumen menjadi bagian penting dari proses tersebut. Oleh karena itu, promosi digital dapat ditempatkan sebagai salah satu instrumen pemberdayaan ekonomi masyarakat (Diawati et al., 2023).

Pendampingan Mahasiswa sebagai Fasilitator Peningkatan Kapasitas

Peran mahasiswa KKN dalam kegiatan pemberdayaan ekonomi tidak hanya berkaitan dengan penyampaian materi, tetapi juga proses pendampingan agar masyarakat mampu memahami dan mencoba menerapkan pengetahuan yang diberikan. Pendekatan langsung memungkinkan mahasiswa menyesuaikan materi dengan kondisi pelaku usaha dan

memberikan contoh yang lebih mudah dipraktikkan. Dalam konteks promosi usaha, mahasiswa dapat membantu masyarakat memahami penggunaan media digital, sedangkan dalam literasi keuangan mahasiswa dapat memberikan contoh pencatatan sederhana. Pola pendampingan tersebut sesuai dengan kegiatan pemberdayaan UMKM yang menekankan pentingnya pelatihan dan praktik dalam meningkatkan kemampuan pelaku usaha. Satria et al. menunjukkan bahwa pelatihan *digital marketing* dapat diarahkan untuk meningkatkan kemampuan UMKM dalam memperkenalkan produk dan meningkatkan nilai jualnya. Hal tersebut memperlihatkan pentingnya keterlibatan pendamping dalam proses penguatan kapasitas masyarakat (Satria et al., 2025).

Integrasi Literasi Keuangan dan Digitalisasi UMKM

Pemberdayaan ekonomi melalui literasi keuangan dan digitalisasi perlu dipandang sebagai dua aspek yang saling melengkapi. Kemampuan mempromosikan produk melalui media digital akan lebih optimal apabila pelaku usaha juga mampu mengelola pendapatan yang diperoleh dari kegiatan tersebut. Sebaliknya, pengelolaan keuangan yang baik perlu didukung kemampuan beradaptasi dengan perkembangan teknologi agar usaha dapat mengikuti perubahan pola transaksi dan pemasaran. Purnamasari et al. menunjukkan pentingnya pengelolaan keuangan digital dan digitalisasi pemasaran dalam mendorong keberlanjutan usaha UMKM. Dalam kegiatan KKN di Desa Simacem, integrasi kedua aspek tersebut memberikan pendekatan pemberdayaan yang lebih menyeluruh. Masyarakat tidak hanya diarahkan untuk meningkatkan jangkauan promosi, tetapi juga memahami bagaimana hasil usaha dapat dikelola secara lebih terencana. Dengan demikian, pemberdayaan dapat mencakup aspek pemasaran sekaligus penguatan manajemen keuangan (Purnamasari et al., 2025).

Keberlanjutan Pemberdayaan Ekonomi Masyarakat Desa

Keberlanjutan program pemberdayaan ekonomi sangat dipengaruhi oleh kemampuan masyarakat untuk melanjutkan pengetahuan dan keterampilan setelah kegiatan KKN selesai. Edukasi dan pendampingan mahasiswa dapat menjadi tahap awal dalam membangun kesadaran mengenai pentingnya promosi usaha dan literasi keuangan, tetapi penerapan secara konsisten tetap bergantung pada partisipasi masyarakat.

Oleh sebab itu, kegiatan perlu diarahkan pada keterampilan yang sederhana, mudah diterapkan, dan sesuai dengan kondisi usaha lokal. Pengembangan ekonomi masyarakat melalui pemberdayaan UMKM dan digitalisasi pemasaran menunjukkan bahwa peningkatan kapasitas perlu disertai kemampuan masyarakat untuk memanfaatkan pengetahuan secara mandiri. Dalam konteks Desa Simacem, keberlanjutan dapat didukung melalui kebiasaan pencatatan keuangan, penggunaan media digital untuk promosi, dan evaluasi perkembangan

usaha secara berkala. Pendekatan tersebut dapat memperkuat kemandirian ekonomi masyarakat secara bertahap (Rahmadani et al., 2023).

5. KESIMPULAN

Kesimpulan ini menunjukkan bahwa peran mahasiswa KKN dalam mendukung pemberdayaan ekonomi masyarakat Desa Simacem, Kabupaten Karo, dapat dilakukan melalui edukasi literasi keuangan dan pendampingan promosi usaha. Kegiatan yang dilaksanakan secara langsung memberikan kesempatan kepada masyarakat dan pelaku UMKM untuk memahami pentingnya pengelolaan pendapatan, pengeluaran, modal, serta pencatatan keuangan sederhana. Selain itu, pendampingan promosi membantu masyarakat mengenal pemanfaatan media digital sebagai sarana memperkenalkan produk kepada konsumen secara lebih luas.

Pendekatan partisipatif melalui penyampaian materi, diskusi, dan praktik membuat kegiatan lebih dekat dengan kebutuhan masyarakat. Dengan adanya kegiatan tersebut, mahasiswa KKN tidak hanya berperan sebagai penyampai informasi, tetapi juga sebagai fasilitator yang membantu masyarakat menghubungkan pengetahuan dengan praktik ekonomi sehari-hari.

Kesimpulan ini juga menegaskan bahwa pemberdayaan ekonomi masyarakat membutuhkan keterpaduan antara kemampuan mengelola keuangan dan kemampuan memanfaatkan teknologi digital. Literasi keuangan membantu pelaku usaha mengelola sumber daya secara lebih terencana, sedangkan promosi digital memberikan peluang untuk memperluas jangkauan pemasaran produk lokal. Kegiatan KKN di Desa Simacem menjadi langkah awal untuk meningkatkan kapasitas masyarakat dalam menghadapi perkembangan ekonomi yang semakin dinamis.

Keberlanjutan kegiatan dapat diarahkan pada pendampingan pencatatan keuangan, pengembangan konten promosi, pemanfaatan media sosial, serta peningkatan keterampilan digital pelaku UMKM. Dengan penerapan yang konsisten, pengetahuan yang diperoleh selama kegiatan dapat terus dikembangkan sehingga mendukung kemandirian masyarakat dan penguatan potensi ekonomi lokal secara bertahap.

REFERENSI

- Angreyani, A. D., Akbar, A., Haeruddin, M. I. M., Mustafa, M. Y., & Mustafa, F. (2023). The phantom menace: A moderation analysis of gender on MSMEs' financial literacy and financial performance. *Asian Research Journal of Arts & Social Sciences*, 21(2), 48–55. <https://doi.org/10.9734/arjass/2023/v21i2466>
- Annisa, N. N., Irwanah, L., Rosa, N. I., Al Adawiyah, C. D., Ranggika, R., & Karimah, S. A. (2024). Implementasi QRIS metode pembayaran digital pada kualitas peningkatan UMKM di masyarakat Desa Rancabungur. *PRAXIS: Jurnal Pengabdian kepada Masyarakat*, 2(1), 97–104. <https://doi.org/10.47776/praxis.v2i1.749>
- Astuti, M. D., & Soleha, E. (2023). Pengaruh literasi keuangan, inklusi keuangan dan locus of control terhadap pengelolaan keuangan UMKM di Kecamatan Bojongmangu. *Jurnal Ekonomi Pendidikan dan Kewirausahaan*, 11(1), 51–64. <https://doi.org/10.26740/jepk.v11n1.p51-64>
- Ciptawaty, U., Wahyudi, H., Andrian, T., Wiryawan, D., & Usman, M. (2023). Literasi keuangan digital sebagai upaya pendukung perekonomian. *BEGAWI: Jurnal Pengabdian Kepada Masyarakat*, 1(2), 125–130. <https://doi.org/10.23960/begawi.v1i2.26>
- Dewi, I. S., & Adinugraha, H. H. (2023). The role of Sharia fintech in improving halal financial inclusion in MSMEs in Indonesia. *Likuid: Jurnal Ekonomi Industri Halal*, 3(1). <https://doi.org/10.15575/likuid.v3i1.18693>
- Diawati, P., Triputranto, B., Juwita, R., Suwarma, D. M., & Jenuri, J. (2023). Pendampingan UMKM melalui pemanfaatan digital marketing pada platform e-commerce dalam memajukan perekonomian. *Community Development Journal: Jurnal Pengabdian Masyarakat*, 4(4), 8731–8737. <https://doi.org/10.31004/cdj.v4i4.19660>
- Fahrudin, F., & Isnaini, P. L. (2023). Pengaruh penggunaan Quick Response Code Indonesian Standard (QRIS) oleh UMKM terhadap pendapatan usaha. *Jurnal Manajemen Strategik dan Simulasi Bisnis*, 4(1), 1–11. <https://doi.org/10.25077/mssb.4.1.1-12.2023>
- Fasa, M. I., Hilal, S., & Normasyhuri, K. (2023). Strategi peningkatan pertumbuhan bisnis UMKM Provinsi Lampung dengan penerapan Quick Response Code Indonesian Standard (QRIS). *Jurnal SOLMA*, 12(3), 1557–1568. <https://doi.org/10.22236/solma.v12i3.13122>
- Gainau, P. C., Engko, C., & Gaspersz, Y. T. (2023). Sistem pembayaran QRIS sebagai upaya pengembangan UMKM di Kota Ambon. *Journal of Business & Banking*, 13(2). <https://doi.org/10.14414/jbb.v13i2.3766>
- Kasri, R. A., Indrastomo, B. S., Hendranastiti, N. D., & Prasetyo, M. B. (2022). Digital payment and banking stability in emerging economy with dual banking system. *Heliyon*, 8(11). <https://doi.org/10.1016/j.heliyon.2022.e11198>
- Kusumawardhani, R., Ningrum, N. K., & Rinofah, R. (2023). Investigating digital financial literacy and its impact on SMEs' performance: Evidence from Indonesia. *International Journal of Professional Business Review*, 8(12). <https://doi.org/10.26668/businessreview/2023.v8i12.4097>
- Manap, A., Yusnindar, & Rijal, S. (2024). Digital transformation through mobile applications: Innovative strategies to enhance MSME management and growth in Indonesia. *Technology and Society Perspectives*, 2(3), 285–291. <https://doi.org/10.61100/tacit.v2i3.235>

- Mardiani, E., ZA, S. Z., Setyadi, D., Hudayah, S., & Irwansyah, I. (2024). Sosialisasi penggunaan Quick Response Code Indonesian Standard (QRIS) pada pelaku usaha UMKM. *Community Development Journal: Jurnal Pengabdian Masyarakat*, 5(2), 3380–3388. <https://journal.universitaspahlawan.ac.id/index.php/cdj/article/view/27088>
- Mawar, M., Rahman, A., & Satispi, E. (2023). Efektivitas kebijakan Program Cinta Bangsa dan Paham Rupiah di Kabupaten Nunukan. *PERSPEKTIF*, 12(4), 1400–1410. <https://doi.org/10.31289/perspektif.v12i4.10392>
- Munifatussaidah, A., Zahara, J. N., Resiana, R. S., & Ningsih, L. A. (2024). Driving regional economy: Digital technology adoption's role for effective distribution of Islamic social finance in Indonesia. *Jurnal Ekonomi & Studi Pembangunan*, 25(2). <https://doi.org/10.18196/jesp.v25i2.23838>
- Purnamasari, E. D., Yeni, & Coyanda, J. R. (2025). Peningkatan kapasitas UMKM melalui pengelolaan keuangan digital dan digitalisasi pemasaran dalam mendorong keberlanjutan usaha. *Jurnal Abdimas Mandiri*, 9(3), 431–437. <https://doi.org/10.36982/jam.v9i3.6129>
- Rahmadani, A. P., Agustina, D., Khuzaimah, D., Ningsih, E. C. W., Assafillia, F., Kurniawati, K. D., Imanulloh, M., Rohim, R. N., Izzati, S. Z., Jannah, Z., & Nurlaeli, I. (2023). Pengembangan ekonomi masyarakat melalui pemberdayaan UMKM dalam digitalisasi marketing. *Jurnal Literasi Pengabdian dan Pemberdayaan Masyarakat*, 2(2), 57–66. <https://doi.org/10.61813/jlppm.v2i2.39>
- Rita, M. R., & Nastiti, P. K. Y. (2024). The influence of financial bootstrapping and digital transformation on financial performance: Evidence from MSMEs in the culinary sector in Indonesia. *Cogent Business & Management*. <https://doi.org/10.1080/23311975.2024.2363415>
- Satria, V. Y., Al-Fikri, M. S., Nabillah, S. Q., Prasetyo, D., & Abror, S. (2025). Pemberdayaan UMKM melalui pelatihan digital marketing untuk meningkatkan nilai jual produk di Desa Dukuh Menanggal Surabaya. *Jurnal Pengabdian Masyarakat Bangsa*, 3(3), 1066–1078. <https://doi.org/10.59837/jpmba.v3i3.2360>