

Peningkatan Literacy Keuangan Digital dan Strategi Pemasaran Produk Khas Nagari Kecamatan Lembah Gumanti Kabupaten Solok

Astri Yuza Sari ¹, Hari Setia Putra ², Okki Trinanda ³, Efni Cerya ⁴, Ilham Thaib ⁵,
Rahmuliani Fithrah ⁶, Ofanto ⁷, Sari Arsita⁸ & Ahmad Istiqlal Ahlunnazak⁹
Universitas Negeri Padang^{1,3,4,5,6,8,9}, Johannes Kepler University², Universitas Andalas⁷
*Corresponding author, e-mail: astriyuza@fe.unp.ac.id

Abstract: *Business environment becoming increasingly competitive, MSMEs are required to enhance their creativity in both production and marketing processes. The MSME Forum Lembah Gumanti has made commendable progress in processing and promoting its products. However, it continues to face obstacles in financial record-keeping, food product innovation, and marketing strategies. This research aims to equip MSME participants with better knowledge in digital financial literacy, innovation of local specialty products, and effective digital marketing practices. The approach involves collaborative brainstorming through Focus Group Discussions (FGDs) that engage academics, industry practitioners, government representatives, and MSME participants, along with practical fieldwork. The outcomes of this initiative are: Improved digital financial literacy among MSME Forum Lembah Gumanti; Development of diversified, longer-lasting processed food products using the region's top agricultural commodities; and Adoption of user-friendly digital marketing tools and promotional techniques tailored to MSME products.*

Keywords: *digital financial literacy, product innovation, digital marketing*



This is an open access article distributed under the Creative Commons 4.0 Attribution License, which permits unrestricted use, distribution, and reproduction in any medium, provided the original work is properly cited. ©2021 by author.

PENDAHULUAN

Gencarnya dukungan pemerintah terhadap perkembangan UMKM, dibuktikan dengan banyaknya dibentuk forum UMKM pada setiap Kab./Kota bahkan ke Lingkup Kecamatan maupun Nagari. Pembentukan forum-forum UMKM dalam lingkup kecil bertujuan agar mempermudah pengelolaan dan sharing antar pelaku UMKM. Salah satu forum UMKM yang ada di Sumatera Barat adalah Forum UMKM Lembah Gumanti. Forum UMKM Lembah Gumanti sudah ada sejak tahun 2020, namun secara resmi dilantik dan di SK kan oleh

pemerintah Kab Solok tahun 2021. (www.solokkab.go.id, 2021)

Forum UMKM Lembah Gumanti saat ini beranggotakan 40 orang. Produk yang dihasilkan oleh kelompok UMKM ini Sebagian besar adalah produk kuliner, dan sisanya merupakan produk kerajinan tangan. Forum UMKM Lembah Gumanti sudah memiliki struktur organisasi dasar yang cukup bagus. Ada ketua, sekretaris dan bendahara. Untuk menjalankan kontrol organisasi, Forum UMKM Lembah Gumanti mengadakan pertemuan 1 kali dalam sebulan setiap hari minggu pertama di awal bulan. Dalam kegiatan tersebut, Ketua forum akan melaporkan perkembangan UMKM Lembah Gumanti, serta dalam forum ini ada sharing session dimana anggota yang diutus untuk pergi pelatihan ataupun seminar yang diadakan oleh pemerintah maupun pihak swasta pada periode tertentu akan membagikan pengalaman yang didapatkan selama mengikuti pelatihan, agar informasi terbaru terkait perkembangan UMKM dapat diterima oleh semua anggota forum.

Berdasarkan diskusi dengan jajaran pimpinan forum UMKM dan beberapa anggota UMKM, mereka masih terkendala terkait pembukuan keuangan. Seperti yang diketahui sudah banyak UMKM yang menggunakan pembukuan keuangan secara digital, namun secara sederhana dan manual mereka masih kesulitan. Sehingga dampak dari kurang cakapan mereka dalam pembukuan keuangan adalah mereka merasa pendapatan mereka selama 2 tahun ini tidak ada peningkatan. Di sisi lain, sistem pembukuan dengan metode masukan ganda lebih umum diterapkan pada entitas bisnis berskala menengah hingga besar. Sistem ini mengharuskan pencatatan transaksi secara terpisah dalam akun-akun debit untuk pendapatan dan kredit untuk pengeluaran, sehingga memungkinkan pengelolaan dan pemantauan arus kas yang lebih rinci dan terstruktur. Melalui pendekatan ini, informasi keuangan dapat disajikan secara lebih transparan, akurat, dan dapat diandalkan sebagai dasar pengambilan keputusan strategis dalam pengelolaan usaha (Holandari, 2021). Pentingnya *literacy* keuangan digital sudah banyak disampaikan pada berbagai artikel. Menurut al afeef, dkk (2025) literasi digital meningkatkan inklusi keuangan, memungkinkan orang untuk membuat pilihan keuangan yang lebih baik, dan berkontribusi pada peningkatan kesejahteraan ekonomi masyarakat secara umum. Selain itu literasi keuangan digital juga mampu meningkatkan kinerja keuangan UMKM. (Abbas, dkk, 2025)

Selain itu kendala usaha tidak berkembang adalah dari sisi permodalan. Walaupun sudah banyak perbankan yang mengakomodir peminjaman untuk usaha kecil, namun mereka merasa sulit untuk melunasi pinjaman dengan penjualan yang stagnan. Dalam memproduksi makanan, pemilik UMKM menggunakan dapur yang sama untuk dapur harian mereka. Sehingga hal ini diduga menjadi salah satu penyebab kebocoran kas pada Forum UMKM Lembah Gumanti. Dari sisi produksi pelaku UMKM sudah mampu menghasilkan makanan olahan pangan berbahan dasar hasil pertanian yang ada di Kec. Lembah Gumanti. Terkait rasa produk UMKM Lembah Gumanti dirasa dapat bersaing dengan produk UMKM dari luar daerah. Namun beberapa kelemahan yang ditemui dilapangan adalah pelaku UMKM belum mengakomodir diversifikasi produk, kualitas produk yang masih cenderung berminyak, serta packaging yang digunakan masih seperti biasa.

Pada suatu kesempatan pelaku UMKM Lembah Gumanti sudah mampu menemukan

hasil olahan khas daerah yaitu makanan olahan dari Labu. Bahkan makanan olahan dari labu juga mendapat dukungan dari Gubernur Sumatera Barat sebagai salah satu produk unggulan yang bisa dijual oleh pelaku UMKM Lembah Gumanti. (Abdillah, 2021) Akan tetapi produk yang digadang-gadang oleh Gubernur Sumatera Barat sebagai produk unggulan ini, justru sepi peminat di daerah asalnya. Masyarakat masih lebih menyukai produk yang sudah biasa beredar atau yang sedang viral di media social. Hal ini menjadi salah satu factor penghambat berkembangnya produk unggulan UMKM Lembah Gumanti. UMKM memiliki peran strategis dalam perekonomian Indonesia, namun masih menghadapi tantangan dalam hal daya saing di era digital. Hasil penelitian menunjukkan bahwa digital marketing memiliki pengaruh signifikan terhadap peningkatan visibilitas, efisiensi promosi, serta perluasan pasar UMKM. Platform yang paling banyak digunakan adalah media sosial, layanan pemesanan makanan daring, serta alat bantu digital berbasis AI. Meskipun demikian, masih ditemukan berbagai kendala dalam implementasinya, seperti rendahnya literasi digital dan minimnya dukungan infrastruktur. (aghni dan anzie, 2025); (Liliana, dkk, 2025); (maszudi, 2023)

Selain itu menyongsong reformasi baru pada produk UMKM agar naik kelas, pelaku UMKM Lembah Gumanti mempersiapkan diri dari sekarang. Dimana pada tahun 2024 semua produk UMKM yang ingin dijual keluar daerah asalnya harus memiliki sertifikasi dan logo halal pada packaging produk. (Abdillah, 2021) Namun pelaku UMKM menemui kesulitan dalam pengurusan Logo tersebut. Walaupun bahan dasar yang digunakan sudah terjamin kehalalannya namun lingkungan tempat tinggal serta dapur menjadi masalah dalam pengurusan sertifikat halal untuk produk UMKM Lembah Gumanti. Rata-rata perumahan penduduk di Kecamatan Lembah Gumanti sangat berdekatan dengan areal perladangan, ini menjadi salah satu factor yang menghambat pengurusan sertifikat halal untuk produk UMKM. Selain itu, alur produksi produk UMKM belum memiliki alur yang dipersyaratkan untuk pengurusan sertifikat halal sehingga belum ada produk UMKM Lembah Gumanti yang memiliki sertifikat halal. Hingga saat ini masih banyak pelaku UMKM yang menghadapi tantangan dalam meningkatkan nilai jual produk, salah satunya adalah ketidakmampuan dalam memperoleh sertifikasi halal. (kanivia & susilowati, 2025).

Forum UMKM Lembah Gumanti belum memiliki galeri UMKM, sehingga untuk pemasaran produk masih sebatas display produk di toko-toko sekitar Kec. Lembah Gumanti, serta pesanan secara online. Oleh karena itu, terbatasnya pemasaran produk UMKM, juga mengakibatkan pendapatan stagnan. Forum UMKM Lembah Gumanti sudah mengusulkan pembuatan Galeri UMKM kepada dinas terkait, namun belum ada progress hingga saat ini.

METODE PENELITIAN

Penelitian ini menggunakan pendekatan kuantitatif dengan jenis eksperimen semu (*quasi experiment*). Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui efektivitas pelatihan literasi keuangan dan strategi pemasaran terhadap peningkatan pemahaman dan keterampilan pelaku UMKM di Kecamatan Lembah Gumanti. Desain penelitian yang digunakan adalah *one group pre-test and post-test design*, di mana subjek penelitian diberikan *pre-test* sebelum pelatihan, kemudian

diberikan intervensi berupa pelatihan, dan selanjutnya diberikan *post-test* untuk melihat adanya perubahan atau peningkatan hasil. Populasi dalam penelitian ini merupakan seluruh anggota Forum UMKM Lembah Gumanti. Sedangkan sampel diambil secara purposive sampling, yaitu pelaku UMKM aktif yang mengikuti pelatihan secara penuh sebanyak 40 orang. Menggunakan Kuisioner yang disebarakan secara langsung saat sebelum pelatihan, dan sesudah melaksanakan pelatihan.

Analisis data dilakukan dengan menggunakan uji beda (*Paired Sample t-Test*) melalui software SPSS, untuk mengetahui: Apakah terdapat perbedaan yang signifikan antara skor *pre-test* dan *post-test* dan Sejauh mana efektivitas pelatihan dalam meningkatkan pemahaman peserta. Efektivitas pelatihan ditentukan dari nilai signifikansi $< 0,05$ pada uji Paired t-Test, rata-rata skor *post-test* lebih tinggi secara signifikan dibandingkan *pre-test*, dan observasi menunjukkan peningkatan partisipasi dan penguasaan materi.

HASIL DAN PEMBAHASAN

Pelaksanaan kegiatan pelatihan literasi keuangan dan strategi pemasaran terhadap UMKM anggota Forum Lembah Gumanti dengan jumlah peserta sebanyak 40 orang. Metode pelatihan mencakup ceramah, simulasi, dan praktik langsung penggunaan aplikasi keuangan serta strategi pemasaran.

Sebelum pelatihan dimulai, peserta diberikan *pre-test* untuk mengukur pemahaman awal. Setelah pelatihan selesai, peserta kembali diuji melalui *post-test*. Hasil pengolahan data menggunakan Paired Sample t-Test menunjukkan adanya peningkatan pengetahuan yang signifikan, seperti yang terlihat pada Tabel 1 berikut:

Tabel 1. Hasil Uji Paired Sample t-Test terhadap Pengetahuan Peserta

Statistik	Pre-Test	Post-Test
Mean	56,43	68,03
Standar Deviasi	14,35	13,91
t-hitung	-48,779	-48,79
Sig. (2-tailed)	0,000	0,000

Sumber: Data diolah

Hasil di atas menunjukkan bahwa nilai rata-rata pemahaman peserta meningkat sebesar 11,6 poin. Nilai signifikansi $0,000 < 0,05$ menunjukkan bahwa perbedaan tersebut signifikan secara statistik. Artinya, pelatihan yang dilakukan memiliki pengaruh nyata terhadap peningkatan pengetahuan peserta mengenai literasi keuangan dan strategi pemasaran.

Selain pengukuran kuantitatif, observasi dan dokumentasi menunjukkan bahwa peserta secara aktif, menggunakan aplikasi digital pembukuan seperti Buku Warung; melakukan diversifikasi produk, salah satunya pengolahan stroberi dan labu; mendesain ulang

kemasan produk agar lebih kompetitif; mulai mengembangkan pemasaran melalui media sosial secara mandiri.

Besarnya standar deviasi yang tercatat menunjukkan adanya keragaman karakteristik peserta, baik dari segi usia (21 hingga 60 tahun) maupun tingkat pendidikan, yang turut memengaruhi hasil evaluasi. Dari segi jenjang pendidikan, peserta mayoritas berlatar belakang pendidikan S1 ke bawah. Namun, dengan keberagaman latar belakang peserta ini, kegiatan pelatihan tetap berjalan dengan penuh semangat dan antusias.

Hasil pelatihan ini membuktikan bahwa pendekatan pelatihan terpadu berbasis praktik efektif dalam meningkatkan kapasitas pelaku UMKM, khususnya pada aspek literasi keuangan dan pemasaran. Hal ini sejalan dengan temuan Trisnadewi (2024) dan Effendi (2021), yang menyatakan bahwa pelatihan dapat meningkatkan sikap dan pengetahuan pelaku usaha secara signifikan. Penelitian Suryani (2023), Gustiana (2022), dan Efendi (2021) juga menunjukkan bahwa pelatihan merupakan bagian penting dari strategi pengembangan sumber daya manusia yang berorientasi pada praktik dan kebutuhan lapangan.

Dalam konteks pelatihan literasi keuangan, peningkatan signifikan dalam pemahaman peserta terkait pembukuan manual dan digital menunjukkan bahwa pelaku UMKM mampu menerima konsep dasar pencatatan keuangan jika didampingi dengan praktik langsung dan contoh konkret. Pemanfaatan aplikasi digital pembukuan turut mempercepat proses adaptasi teknologi di sektor informal, yang sebelumnya dianggap sebagai hambatan utama (Lusardi & Mitchell, 2024).

Dari sisi pemasaran, pelatihan strategi berbasis analisis SWOT serta desain kemasan terbukti membangkitkan kreativitas peserta dalam memposisikan produk mereka. Temuan ini memperkuat studi terdahulu yang menunjukkan bahwa strategi visualisasi dan branding memainkan peran penting dalam membangun daya saing produk lokal (Kotler & Keller, 2019).

Namun demikian, tingginya standar deviasi pada skor menunjukkan bahwa pelatihan memiliki efek yang bervariasi tergantung pada latar belakang pendidikan, usia, dan pengalaman bisnis peserta. Ini mengindikasikan bahwa model pelatihan ke depan perlu disertai dengan *coaching individual* dan pendekatan *blended learning* agar dapat menjangkau seluruh segmen peserta secara efektif. Dengan demikian, program ini berkontribusi nyata dalam membangun daya saing UMKM berbasis literasi digital dan manajemen pemasaran yang adaptif

SIMPULAN

Hasil pelatihan yang diberikan kepada pelaku UMKM di Kecamatan Lembah Gumanti menunjukkan adanya peningkatan yang signifikan dalam pemahaman peserta terhadap literasi keuangan dan strategi pemasaran. Hal ini dibuktikan melalui hasil uji statistik paired sample t-test yang menunjukkan perbedaan signifikan antara skor pre-test dan post-test peserta. Selain itu, terdapat bukti nyata penerapan materi pelatihan oleh peserta dalam bentuk penggunaan aplikasi pembukuan digital, diversifikasi produk berbasis hasil pertanian lokal, serta peningkatan desain kemasan dan pemanfaatan media digital untuk pemasaran.

Peningkatan ini mengindikasikan bahwa pelatihan berbasis praktik langsung dan kebutuhan nyata mitra terbukti efektif dalam meningkatkan kapasitas dan daya saing UMKM. Program ini juga menunjukkan bahwa adaptasi teknologi digital oleh pelaku usaha mikro dapat tercapai melalui pendekatan pelatihan yang sederhana, kontekstual, dan aplikatif.

Dengan demikian, pelatihan serupa dapat direplikasi di wilayah lain dengan karakteristik pelaku UMKM yang sejenis. Untuk memperkuat hasil dan dampak jangka panjang, pelatihan ini sebaiknya diikuti dengan program pendampingan berkelanjutan dan penguatan akses terhadap infrastruktur pemasaran, sertifikasi, serta permodalan.

DAFTAR PUSTAKA

- Abdillah, Riki. 2021. "Gubernur Mahyeldi Dorong UMKM Berbasis Pangan Lokal Miliki Sertifikasi Halal," diakses pada: <https://sumbar.sigapnews.co.id/pemprov-sumbar/sn-28750/gubernur-mahyeldi-dorong-umkm-berbasis-pangan-lokal-miliki-sertifikasi-halal>
- Al-Afeef, M.A., Alsmadi, A.A. Digital empowerment: unraveling the impact of digital literacy on financial mastery. *Discov Sustain* 6, 311 (2025). <https://doi.org/10.1007/s43621-025-01137-5>
- Astri Yulidar Abbas, M., Wahyuti, S., & Safrullah, S. (2025). Implikasi Financial Technology, Literasi Keuangan Dimediasi Oleh Digital Marketing Terhadap Kinerja Keuangan Umkm. *Jurnal GeoEkonomi*, 16(1), 129–142. <https://doi.org/10.36277/geoekonomi.v16i1.575>
- Cahya, Agus Dwi. Daru, Amanta Rahmadani. Ary, Wijiningrum, Fierna, Fajar Swasti. 2021. Analisis Pelatihan dan Pengembangan Sumber Daya Manusia. *Yume Journal of Management*. Vol. 4, No. 2 (2021). <https://doi.org/10.37531/yum.v4i2.870>
- D. Y. Liliana, R. E. Nalawati, N. Marcheta, and M. Huzaiifa, (2025) "Pemanfaatan Artificial Intelligence dalam Digital Marketing: Transformasi UMKM di Kota Depok," *Innov. J. Soc. Sci. Res.*, vol. 5, no. 2, pp. 2169–2180, May 2025, doi: 10.31004/innovative.v5i2.18579.
- Effendi, N., Budiono, Priyono, A. F., Sapulette, M. S., & Dewi, V. I. (2021). Pelatihan Literasi Keuangan Digital Kepada Pengusaha Mikro Di Kabupaten Bandung, Jawa Barat. *Panrita Abdi-Jurnal Pengabdian Pada Masyarakat*, 6(1), 81–90. <https://doi.org/10.20956/pa.v6i1.12656>
- E. Maszudi, "Strategi Digital Marketing Untuk Pemberdayaan Umkm Di Indonesia, (2023), " *Prima Ekon.*, vol. 14, no. 1, p. 74, 2023, doi: 10.37330/prima.v14i1.155.
- Gustiana, Riska. Hidayat, Taufik. Fauzi, Ahmad. 2022. Pelatihan Dan Pengembangan Sumber Daya Manusia (Suatu Kajian Literatur Review Ilmu Manajemen Sumber Daya Manusia). *Jemsi*, Vol. 3 Issue 6 <https://doi.org/10.31933/jemsi.v3i6>
- Kanivia, A., Utami, H. T., & Susilowati, D. (2025). Edukasi Sertifikasi Halal MUI untuk Meningkatkan Nilai Jual Produk pada UMKM Binaan UCIC. *Penamas: Journal of Community Service*, 5(1), 55–64. <https://doi.org/10.53088/penamas.v5i1.1567>
- Holandari, Aida. 2021. "Apa Itu Pembukuan dan Pentingnya bagi UMKM," diakses pada <https://www.sobatpajak.com/article/5fd70d5d3db9e02f1b42b359/Apa%20Itu%20Pembukuan%20dan%20Pentingnya%20bagi%20UMKM>
- M. Son Aghni & Luthfy Purnanta Anzie, Trans.. (2025). Peran Digital Marketing Dalam Meningkatkan Daya Saing Umkm Di Indonesia: Tinjauan Literatur Terbaru. *Jurnal Ekonomi Bisnis Dan Kewirausahaan*, 2(3), 01-07. <https://doi.org/10.69714/am5r6c30>

- Pemerintah Daerah Kab. Solok. 2021. "Ny. Emiko Epyardi Asda Kukuhkan Pengurus Forum UMKM Kabupaten Solok ," diakses pada: www.solokkab.go.id
- Suryani. Rindaningsih, Ida. Hidayatulloh. 2023. Pelatihan Dan Pengembangan Sumber Daya Manusia. Perisai Vo. 2 No. 3 (2023). <https://doi.org/10.32672/perisai.v2i3.154>
- Trisnadewi, A. A. A. E., & Purnami, A. A. S. (2024). Pemanfaatan Teknologi Digital dalam Upaya Memperkuat Ekonomi Digital pada Koperasi Simpan Pinjam di Desa Sobangan Mengwi. JURNAL SEWAKA BHAKTI, 10(1), 18-29. <https://doi.org/10.32795/jsb.v10i1.4186>
- UKM Indonesia. 2019. "LAMIKRO: Aplikasi Pencatatan Keuangan a la KemenkopUKM RI," diakses pada: <https://www.ukmindonesia.id/baca-deskripsi-program/165>