Jurnal Pengabdian Kepada Masyarakat
Vol. 5 No. 2 Tahun 2025 | Hal. 238 – 245

Ekskalasi Ekonomi Lewat Pembaharuan Tata Kelola Keuangan Dan Digital Branding Pada Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah Di Amarasi Selatan

Antonius Yohanes William Timuneno[a, 1*], Selfiana Goetha[a, 2], Maria Odriana Veronika Moi[a, 3], Rere Paulina Bibiana [a, 4], David Manafe [a, 5]

[a] Universitas Katolik Widya Mandira Kupang, Indonesia
[1] 1antoniustimuneno@unwira.ac.id*
*korespondensi penulis

Informasi artikel :
Received: 15 Agustus 2025;
Revised: 28 Agustus 2025;
Accepted: 5 September 2025.

Kata kata kunci:
Ekskalasi;
Ekonomi;
Tata Kelola Keuangan;
Digital Branding.

ABSTRAK

Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah merupakan pilar utama perekonomian nasional sekaligus motor penggerak pembangunan ekonomi di Indonesia. Meskipun memiliki peran strategis, banyak pelaku usaha menghadapi persoalan mendasar yang memengaruhi kinerja operasional dan berdampak pada kemampuan daerah mencapai kemandirian keuangan. Kondisi tersebut juga dialami oleh pelaku usaha di Kelurahan Buraen, Kecamatan Amarasi Selatan. Program Pengabdian kepada Masyarakat ini dirancang untuk mendukung pengembangan usaha melalui pembukuan yang sistematis dan penguatan kapasitas digital branding. Metode yang digunakan berupa pelatihan dengan pendekatan ceramah sederhana yang disesuaikan dengan karakteristik peserta. Hasil evaluasi menunjukkan peningkatan yang signifikan, terutama pada aspek literasi keuangan, di mana sebagian besar peserta berhasil mencapai kategori cukup baik hingga sangat baik. Pelatihan digital branding juga memberikan dampak positif, meskipun implementasi masih terkendala keterbatasan perangkat digital. Selain itu, rendahnya latar belakang pendidikan sebagian peserta menyebabkan pemahaman materi pembukuan belum optimal. Secara keseluruhan, kegiatan ini diharapkan mendorong transformasi kinerja usaha sekaligus memperkuat sinergi antara pelaku usaha dengan lingkungan sosial ekonomi setempat.

Keywords:
Escalation;
Economic;
Financial Management;
Digital Branding.

ABSTRACT

Economic Escalation through Financial Management Reform and Digital Branding in Micro, Small, and Medium Enterprises in South Amarasi. *Micro, Small, and Medium Enterprises are the cornerstone of the national economy as well as the driving force of economic development in Indonesia. Despite their strategic role, many entrepreneurs encounter fundamental challenges that affect operational performance and, in turn, hinder regional financial independence. This situation is also experienced by entrepreneurs in Buraen Village, South Amarasi District. This Community Service Program was designed to support business development through systematic bookkeeping and capacity building in digital branding. The method employed was training delivered through simple lectures tailored to the participants' characteristics. Evaluation results indicated significant improvements, particularly in financial literacy, with most participants reaching categories ranging from fairly good to very good. The digital branding training also generated positive outcomes, although its implementation was limited by insufficient digital facilities. In addition, the relatively low educational background of some participants constrained the optimal understanding of bookkeeping materials. Overall, this activity is expected to foster the transformation of business performance while strengthening the synergy between entrepreneurs and the surrounding socio-economic environment.*

Copyright © 2025 (Antonius Yohanes William Timuneno, dkk). All Right Reserved

How to Cite : Timuneno, A. Y. W., Goetha, S., Moi, M. O. V., Bibiana, R. P. ., & Manafe, D. . (2025). Ekskalasi Ekonomi Lewat Pembaharuan Tata Kelola Keuangan Dan Digital Branding Pada Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah Di Amarasi Selatan. *Jurnal Pengabdian Kepada Masyarakat*, *5*(2), 238–245. https://doi.org/10.56393/jpkm.v5i2.3640

This work is licensed under a *Creative Commons Attribution-ShareAlike 4.0 International License.* Allows readers to read, download, copy, distribute, print, search, or link to the full texts of its articles and allow readers to use them for any other lawful purpose. The journal hold the copyright.

Pendahuluan

UMKM adalah salah satu jenis industri yang dapat menghasilkan pertumbuhan ekonomi dengan cepat. Selain itu UMKM juga berkontribusi untuk menciptakan lapangan pekerjaan, peningkatan penghasilan, standar hidup, serta menstimulasi sektor yang lainnya (Pendit, 1994). Di Indonesia, UMKM menjadi sektor yang sangat penting untuk dikembangkan karena dapat memberi pengaruh pada kehidupan masyarakat disekitarnya terutama pada sistem perekonomian. Adanya pengembangan sektor UMKM juga secara tidak langsung menunjang sektor pariwisata, UMKM secara signifikan juga berkontribusi pada berkembangnya industri pendukung seperti penginapan seperti hotel dan villa, restoran, jasa seperti *tour guide* dan penyewaan wahana wisata serta transportasi. Dalam pengelolaannya, pemerintah telah memberikan wewenang kepada setiap wilayah untuk dapat mengembangkan potensi pariwisata yang dimiliki termasuk UMKM, seperti yang dijelaskan pada Undang – Undang Nomor 33 Tahun 2004 bahwa pemerintah daerah memiliki kewenangan lebih luas dalam mengelola wilayahnya, membawa implikasi semakin besarnya tanggung jawab dan tuntutan untuk menggali dan mengembangkan semua potensi sumber daya yang dimiliki daerah dalam rangka mendukung perjalanan pembangunan daerah.

Namun jika melihat trend perkembangan saat ini, upaya dapat dinilai belum berjalan efektif secara keseluruhan karena masih terdapat beberapa masyarakat sekitar daerah wisata yang belum merasakan dampak dari adanya pengembangan UMKM. Padahal pengelolaan yang baik dapat memberikan dampak citra identitas kawasan yang baik (Mumtaz *et al*, 2022). Oleh karena itu, perlu dilakukan identifikasi pengembangan sektor UMKM pada titik pariwisata dengan menggunakan pelatihan–pelatihan yang berisi standar atau parameter dan disesuaikan dengan lingkungan destinasi wisata yang akan dikembangan. Terdapat beberapa Faktor penghambat dalam pengembangan salah satunya yang paling krusial adalah keterbatasan pengetahuan yang menyebabkan masyarakat daerah kesulitan untuk melakukan pengembangan UMKM di sektor pariwisata. Padahal masyarakat dan komunitas memiliki peranan penting didalam pengambangan UMKM sektor pariwisata (Rahman, 2019; Yuliani *et al*, 2020; Pratiwi, 2021; Rahman, 2021; Syarifah *et al*, 2021). Disisi lain, pengembangan sangat penting untuk memberikan dampak positif terhadap masyarakat sekitar terutama di bidang perekonomian seperti fasilitas pariwisata yang dapat dimanfaatkan oleh masyarakat, usaha bisnis wisata, penyerapan tenaga kerja, meningkatkan pendapatan pemerintah, dan *multiplier effects*. Oleh karena itu dibutuhkan adanya suatu parameter sebagai penentu keberhasilan dalam pengembangan UMKM di sektor pariwisata.

Yoeti (1983) mengasumsikan bahwa parameter yang dapat digunakan dalam melakukan pengembangan parwisata yaitu karakteristik wisatawan, transportasi, fasilitas pelayanan, dan atraksi serta tata kelola. Semua komponen ini secara konkrit dapat ditunjang dengan penggunaan fasilitas–fasilitas terkini seperti *digital marketing* serta sistem pembukuan yang sistematis. Pengaplikasian kedua aspek ini secara intensif harus diterapkan oleh pihak pengelola sektor pariwisata bahkan masyarakat yang berada disekitar sektor pariwisata yang notabene menggantungkan pendapatannya lewat pemanfaatan sektor pariwisata itu sendiri. Oktaviani (2023) menjelaskan bahwa peningkatan dalam berbagai aspek oleh pihak pengelola objek pariwisata dan pihak yang memanfaatkan sektor pariwisata akan menjadi penunjang keberlanjutan dari UMKM di sektor pariwisata yang berorientasi profit. Hal ini merupakan suatu langkah perspektif yang nyatanya harus diimplementasikan oleh pihak–pihak yang berkepentingan dalam sektor pariwisata seperti pemerintah yang berkepentingan pada retribusi sektor pariwisata untuk menunjang PAD dan masyarakat yang menarik manfaat ekonomi dari keberadaan sektor pariwisata lewat unit usaha dan usaha-usaha lainnya yang sejenis.

Situasi yang dijelaskan pada paragraf diatas secara konkrit dialami oleh pihak UMKM serta pengelola dan masyarakat pemanfaat pariwisata fatubarun yang berlokasi di Kelurahan Buraen Kecamatan Amarasi Selatan. Tempat Wisata Fatu Braun telah beroperasi secara efektif sejak

diresmikan pada tanggal 29 April 2023 oleh Bupati Kabupaten Kupang Drs. Korinus Masneno, M.Si. Sejak awal berdirinya tempat wisata Fatu Braun, destinasi wisata ini telah banyak mengundang perhatian wisatawan dengan menghadirkan pemandangan alam yang estetik lewat adanya bukit batu yang dapat diakses oleh wisatawan dan fasilitas–fasilitas lain yang mendukung wisata alam yang akan dilakukan wisatawan di Fatu Braun. Pembangunan temapt wisata Fatu Braun merupakan bentuk program kerja pemerintah kabupaten Kupang dalam rencana 5P yang digalakan pada tahun 2019 sampai tahun 2024. Dalam perkembangannya sektor pariwisata ini masih mengalami penyesuaian agar sepenuhnya dapat menjadi destinasi wisata yang kaya akan banyak fasilitas. Terbaru di tahun 2024 destinasi wisata Fatu Braun telah dilengkapi dengan fitur teropong dan alat penyaring air khusus yang menggunakan metode filter terhadap sumber air yang ada di sekitar area destinasi wisata Fatu Braun. Sehingga selain wisatawan disuguhkan dengan pemandangan alam yang estetik tetapi wisatawan juga mendapatkan kesempatan untuk merasakan secara langsung air segar dari alam yang telah difilter menggunakan alat terstandarisasi.

Perkembangan substansial yang dialami oleh destinasi Wisata Fatu Braun nyatanya tidak dibarengi dengan perkembangan ekonomi UMKM masyarakat dimana berdasarkan hasil observasi dilapangan di temukan banyak unit usaha milik masyarakat yang tidak beroperasi lagi dalam beberapa waktu terakhir akibat terjadinya kemerosotan jumlah pengunjung di tempat Wisata Fatu Braun. Berikut adalah data terkait jumlah pengunjung Fatu Braun pada tahun 2023

Tabel 1. Data Akumulasi Pengunjung Fatu Braun Periode Waktu Berjalan Periode 2023 / 2024

No	Tahun	Target	Realisasi	Persentase
1	**2023**		**980***	
	Kwartal 1		0	
	Kwartal 2	1000	475	98%
	Kwartal 3		210	
	Kwartal 4		295	
2	**2024**		**85****	2%
	Kwartal 1	1500	85	

Sumber : Bidang Pemberdayaan Kelurahan Amarasi Selatan - Diolah

* Akumulasi 1 Tahun
* Akumulasi Periode berjalan (Maret 2024)

Berdasarkan data diatas diketahui sejak peresmian di tahun 2023 terjadi pelonjakan jumlah pengunjung destinasi wisata Fatu Braon di tahun tersebut dengan persentasi 98% pengunjung di tahun 2023. Beberapa faktor yang mungkin menjadi penyebab terjadinya lonjakan jumlah pengunjung di tahun 2023 dikarenakan destinasi ini di tahun 2023 baru mengalami perbaikan sarana prasarana dari Fatu Braun yang baru terjadi di tahun tersebut. Dorongan wisatawan untuk menikmati wisata Fatu Braun menjadi semakin tinggi lewat adanya pembaharuan ini. Namun lonjakan jumlah pengunjung ini secara signifikan menurun sampai pada kwartal 4 tahun 2023. Dapat dikatakan di tahun 2024 trend perkembangan jumlah pengunjung Fatu Braun semakin menurun dengan jumlah pengunjung di awal tahun 2024 yang hanya berkisar 85 orang di awal kuartal 1 tahun 2024. Prediksi mengenai penurunan jumlah pengunjung juga diasumsikan oleh Jahang (2024) lewat observasi yang dilakukan dimana berdasarkan hasil observasi kunjungan intensif masyarakat semakin berkurang yang ditandai waktu menikmati sarana fasilitas Fatu Braun oleh wisatawan yang tidak terlalu lama. Kebanyakan pengunjung Fatu Braun dalam beberapa waktu terakhir adalah masyarakat yang berdomisili di sekitar Fatu Braun dan kecenderungan untuk tidak membayar retribusi sangat intens terjadi dengan dalih sebagai warga yang tinggal di lokasi Fatu Braun.

Berdasarkan situasi tersebut maka fokus pengabdian kepada masyarakat (PkM) ini yakni menstimulus perkembangan berkelanjutan pada wisata Fatu Braun lewat pemberdayaan UMKM masyarakat dengan melakukan pelatihan *digital branding* untuk mendorong gerakan promosi dengan skala besar yang dilakukan oleh masyarakat di sekitar area Fatu Braun sendiri. Hal ini dipandang penting mengingat masyarakat hanya memiliki perspektif menerima manfaat keberadaan Fatu Braun namun tidak didukung dengan aksi promosi dengan skala besar secara intensif untuk mendukung perkembangan destinasi wisata ini. Selain itu PkM ini bertujuan untuk mendukung pembaharuan tata kelola keuangan bagi UMKM di sekitar area Fatu Braun dengan maksud agar pengelola usaha dapat memaksimalkan kinerja keuangan unit usahanya. Diharapkan aspek ini dapat dijadikan sebagai bagian dalam kegiatan *digital branding* untuk usaha UMKM sehingga dapat menstimulus kreditur agar mendistribusi permodalan secara intensif pada unit–unit usaha yang ada di sekitar area Fatu Braun mengingat destinasi wisata ini masih memiliki potensi di tingkat nasional.

Metode

Program pengabdian kepada masyarakat ini dilaksanakan di kawasan wisata Fatu Braun, yang sejak diresmikan pada 29 April 2023 mengalami pertumbuhan signifikan dalam jumlah pengunjung, namun tidak diikuti dengan peningkatan ekonomi masyarakat karena banyak unit usaha yang berhenti beroperasi akibat menurunnya intensitas kunjungan pada akhir tahun 2023 hingga awal 2024. Berdasarkan identifikasi masalah, kegiatan difokuskan pada dua solusi utama, yaitu pelatihan pembukuan berbasis Standar Akuntansi Keuangan Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah untuk memperkuat tata kelola keuangan serta pelatihan digital branding guna meningkatkan promosi destinasi dan usaha masyarakat. Tahapan kegiatan mencakup persiapan melalui survei kebutuhan dan pemetaan kondisi lapangan, pelaksanaan pelatihan sesuai hasil pemetaan dengan penekanan pada praktik langsung pencatatan keuangan dan simulasi promosi digital melalui berbagai platform media sosial, serta evaluasi secara partisipatif dengan indikator yang ditetapkan, antara lain tingkat literasi keuangan berdasarkan kategori Otoritas Jasa Keuangan serta tingkat partisipasi dan penerapan digital branding. Dengan metode ini diharapkan tercapai penguatan kapasitas masyarakat dan pengelola wisata dalam aspek keuangan maupun promosi untuk mendukung keberlanjutan destinasi Fatu Braun.

Hasil dan pembahasan

Pengabdian kepada Masyarakat (PkM) ini berfokus pada pengembangan ekonomi UMKM Masyarakat di sekitar tempat pariwisata Fatubarun di Kelurahan Buraen Kecamatan Amarasi Selatan dengan aspek yang diperbaharui adalah pembukuan keuangan sistematis dan pelatihan *digital branding* untuk *e-marketing*. Program PkM ini dilaksanakan atas dasar kurangnya lonjakan pengunjung pada pariwisata Fatubraun akibat kurangnya ketersediaan fasilitas pada UMKM dan kurangnya intensitas promosi produk UMKM yang mengakibatkan menurunnya minat pengunjung pariwisata Fatubarun di Kelurahan Buraen Kecamatan Amarasi Selatan. Secara deskriptif tempat wisata Fatubraun di Kelurahan Buraen sudah cukup mempuni dalam hal fasilitas di tempat pariwisata itu sendiri namun kondisi ini sedikit kontradiktif dengan unsur-unsur seperti UMKM Masyarakat yang ada di sekitar wilayah tempat pariwisata ini. Hal ini dapat divalidasi lewat pernyataan narasumber yang mengikuti program pelatihan dalam PkM ini yang rata-rata menilai bahwa kurangnya minat pengunjung untuk datang beberapa kali diakibatkan kondisi fasilitas UMKM yang pasang surut. Setiap kunjungan wisatawan hanya akan dihadapkan dengan suguhan pemandangan yang indah di tempat wisata ini namun aspek pendukung kenyamanan berwisata akan sulit didapatkan karena loyalitas UMKM untuk beroperasi yang tidak dipertahankan. Hal ini semakin diperburuk dengan kondisi keuangan setiap UMKM yang ada. Dalam hasil *focus on group discussion* saat program PkM ini dijalankan diketahui bahwa kebanyakan pelaku usaha mengalami penurunan intensitas kerja akibat modal yang dimiliki tidak dijaga dan diinvestasikan pada hal-hal yang berkaitan dengan kontinuitas usaha. Setiap pelaku usaha mengggunakan modal untuk

usaha sebagai instrument untuk kebutuhan hidup jika dirasa tidak ada kunjungan pariwisata. Padahal dalam realisasinya kunjungan wisatawan ke tempat pariwisata ini masih cukup intens namun saat membutuhkan produk-produk UMKM untuk berpariwisata didapati UMKM ini sedang tutup akibat kurangnya modal untuk melakukan pengadaan barang atau produk jualan bagi wisatawan yang datang ke tempat pariwisata ini. Akibatnya terdapat penurunan performa UMKM di tempat pariwisata Fatubraun yang secara langsung juga berakibat pada adanya indikasi akan minimnya eksistensi UMKM di tempat pariwisata ini. Hal ini secara menurunkan nilai dari daerah ini sendiri akibatnya kurangnya pemanfaatan potensi oleh UMKM itu sendiri.

Kondisi ini memiliki kemiripan dengan landasan situasi dalam program PkM yang dijalankan oleh Puspitawati et al., (2023) dalam kegiatan PkM dengan tema peningkatan tata kelola keuangan agrowisata Desa Cimande melalui *digital business*, dimana dalam program PkM yang dilaksanakan di Desa Cimande diketahui bahwa UMKM di desa tersebut mengalami penurunan performa dalam menarik pendapatan proporsional akibat kurangnya melihat potensi wisata yang diikuti dengan kurangnya pengelolaan keuangan. Situasi ini tidak sepenuhnnya juga menjadi kesalahan pelaku usaha karena setiap upaya pengembangan daerah termasuk tempat pariwisata di suatu daerah menjadi tanggung jawab pemerintah daerah sebagai pemegang yuridiksi di wilayah tersebut (Salam & Prathama, 2022). Dalam kondisi yang di hadapi oleh UMKM Masyarakat di sekitar tempat pariwisata Fatubraun di Kelurahan Buraen diperlukan adanya sinergi intensif antara pemerintah daerah setempat dan UMKM sehingga kolaborasi ini mampu menginisiasi peluang secara intensif. Hal ini dinilai sangat diperlukan mengingat hampir di seluruh UMKM pada tempat pariwisata di setiap daerah di Indonesia memiliki kondisi yang serupa sehingga kondisi ini menjadi sangat krusial untuk segera direalisasi (Utomo et al., 2024). UMKM sendiri harus distimulus untuk mampu melakukan transformasi kerja mengingat UMKM merupakan salah satu wadah paling konkrit untuk menunjang ekonomi Masyarakat (Paramadina, 2025). Hal ini sejalan dengan dogma bahwa UMKM merupakan garda terdepan dalam pernyataan Presiden Indonesia dalam pernyataan resmi saat merilis adanya unit Koperasi Merah Putih yang diinisiasi di tahun 2025 untuk diadakan di setiap daerah yang ada di wilayah Indonesia (Musadah et al., 2025).

Berdasarkan situasi diatas tim pengusul kegiatan Pk Mini menginisiasi langkah awal untuk adanya sinergi antara UMKM dan pemerintah daerah Wilayah Kelurahan Buraen Kecamatan Amarasi Selatan dengan mengadakan kegiatan bertajuk ekskalasi ekonomi lewat pembaharuan tata Kelola keuangan dan *digital branding* pada UMKM di amarasi Selatan. Program pengabdian ini sendiri mengikut sertakan 15 orang pelaku usaha yang ada di Kelurahan Buraen Kecamatan Amarasi Selatan. Berikut beberapa dokumentasi untuk kegiatan PkM yang telah dilakukan.

Gambar 1. Penyampaian Materi Pembukuan Sistematis

Dalam pelatihan pembukuan sistematis tim pengusul mengusung topik-topik pembukuan sistematis pada UMKM dengan menggunakan beberapa sumber yang relevan. Beberapa referensi yang digunakan diantaranya berasal dari bahan ajar yang digunakan dalam perkuliahan yang dimiliki oleh tim pengusul. Dalam prakteknya *outcome* yang diharapkan adalah *financial literacy* dengan ketentuan *well literate* yang merupakan instrumen *financial literacy* yang dikembangkan oleh Otoritas Jasa

Keuangan (OJK, 2013). Dalam prakteknya pemahaman substansial didorong dengan metode ceramah sederhana dengan visualisasi dan contoh konkrit mengingat setiap sumber daya yang merupakan pelaku usaha UMKM di Kelurahan Buraen berada pada tingkatan Sekolah Menengah Pertama (SMA). Hasil pendistribusian materi di evaluasi dengan sistem tanya jawab dan hasil analisis menunjukan bahwa 7 dari 15 orang pelaku usaha memiliki pemahaman *well literate* dan sisanya berada pada skala *sufficient literate*. Situasi ini dinilai cukup baik dan diharapkan mendorong adanya pemahaman *well literate* yang diinisiasi secara pribadi oleh pelaku-pelaku usahan yang memiliki capaian *sufficient literate.* Hal ini diyakini akan sangat mungkin terealisasi mengingat antusiasme peserta yang menghadiri kegitatan serta keyakinan akan adanya penelusuran informasi yang dilakukan oleh masing-masing pelaku usaha mengingat informasi *financial literacy* telah banyak beredar di internet sehingga sangat mudah untuk memperoleh akses informasi akan hal tersebut. Keterbukaan informasi keuangan memungkinkan adanya transformasi keuangan secara intensif bagi pelaku UMKM hal ini tergantung pada inisiasi pelaku usaha untuk mencari informasi tersebut (Monica et al., 2025). Berikut adalah dokumentasi kegiatan selanjutnya.

Gambar 2. Penyampaian Materi Pelatihan *Digital Branding*

Dalam penyampaian materi *digital branding* instrument yang digunakan pemahaman materi merujuk pada indikator penyampaian materi *digital branding* yang ada pada table 2. Instrument ini dikembangkan oleh Bandawaty et al., (2024) dalam program PkM yang serupa dengan objek sasaran yakni 15 UMKM di wilayah Jawa Barat. Instrument ini dinilai relevan mengingat pemahaman *digital branding* diukur dengan *practically traffic* seperti tik-tok yang dinilai lewat testimoni produk dalam *e-marketing* yang direalisasikan. Mengingat produk *e-marketing* belum dimiliki oleh UMKM di Kelurahan Buraen maka instrument pada table 2 dinilai representatif untuk menunjukan adanya perminatan akan materi *digital branding*. Berdasarkan indikator yang ada setiap pelaku usaha memenuhi kriteria yang ditetapkan namun untuk instrument kepemilikan media atau *platform digital branding* seperti akun Instagram, tik-tok, atau *marketplace facebook* usaha baru diinisasi pada saat dilakukan pelatihan lewat komunikasi personal pemateri dan pelaku usaha. Hal ini dinilai cukup krusial dan menunjukan pencapaian yang kurang maksimal mengingat baru diinisiasi saat dilaksanakan program pengabdian. Hal ini sejalan dengan program PkM yang dilakukan oleh Afiani & Wijaya, (2024) dimana dalam studi lapangan diketahui UMKM yang ada di Padang Timur tidak terdapat sarana yang komunikatif untuk melakukan *personal branding product* yang kompeten untuk menarik minat konsumen. Hal ini dinilai sangat *less value* mengingat dewasa ini penjualan dengan skema *e-marketing* memiliki proporsi yang cukup signifikan di pasar modern. Penjualan dengan skema ini dinilai relevan karena mampu menjangkau konsumen kompeten tanpa adanya keterbatasan ruang (Afiani & Wijaya, 2024). Hal ini diperparah dengan kondisi kemampuan teknis setiap pelaku usaha UMKM di Kelurahan Buraen yang cukup minim akan skema *e-marketing* lewat media sosial. Setiap pelaku UMKM yang berbasis pemasaran tradisional dituntut untuk bisa bertransformasi pada aspek *e-system* baik dalam operasional dan pemasaran dimana dalam pasar modern kedua instrument ini menjadi alat vital untuk mendapatkan kongsi pasar secara efektif.

Laporan yang digunakan untuk pembukuan sistematis yang digunakan adalah laporan Laba Rugi, hal ini dilakukan mengingat pembukuan sederhana untuk pos neraca atau laporan kas memiliki unsur transaksi ekonomik yang belum terdeteksi secara baik. Sehingga cukup sulit untuk direalisasikan saat pelatihan pembukuan sistematis. Hal ini juga dipengaruhi oleh tidak adanya dokumen pembentukan neraca atau laporan kas untuk pelatihan pembukuan sistematis saat program PkM dijalankan bersama partisipan. Selain itu, hal ini juga dilakukan secara sistematis mengingat pemahaman substansi laporan laba rugi yang diterima, masih kurang dipahami secara menyeluruh oleh pelaku usaha UMKM di Kelurahan Buraen. Namun di sisi lain, jika diaplikasikan secara baik maka hal ini cukup relevan mengingat dalam praktek kredit untuk pelaku usaha, laporan laba rugi merupakan satu dari sekian banyak laporan untuk dapat memenuhi kelayakan kredit. Pada akhirnya diharapkan saat pelaku usaha mengaplikasi laporan laba rugi ini maka salah satu instrumen untuk uji kelayakan kredit dapat dipenuhi oleh pelaku UMKM yang ada di Kelurahan Buraen Kecamatan Amarasi Selatan.

Simpulan

Pengabdian kepada Masyarakat yang diberikan kepada pelaku usaha UMKM di Kelurahan Burean Kecamatan Amarasi Selatan dengan tema ekskalasi ekonomi lewat pembaharuan tata Kelola keuangan dan *digital branding* pada UMKM di Kelurahan Buraen Kecamatan Amarasi Selatan memiliki implikasi kejadian yang baik. Diharapkan program pengabdian ini menjadi inisiasi yang baik untuk adanya sinergi UMKM dan Pemerintah Daerah setempat untuk perbaikan kinerja guna mendorong adanya transformasi ekonomi yang ada di daerah ini. Transformasi ekonomi diharapkan dapat dijadikan sebagai bentuk otonomi daerah yang representatif dan unsur-unsur seperti UMKM yang dijadikan sebagai tonggak Pembangunan ekonomi dapat menjadi pion untuk perkembangan daerah pariwisata seperti yang ada di kelurahan Buraen Kecamatan Amarasi Selatan. Capaian *well literate* dan *sufficienct literate* dalam pelatihan pembukuan sistematis dan kurangnya instrumen untuk pelaksanaan *digital branding* menjadi capaian yang baik namun disatu sisi menjadi catatan akan pelaksanaan program PkM ini. Oleh karena itu dalam Program PkM selanjutnya diharapkan adanya persiapan lebih sistematis dan evaluasi hasil pelaksanaan PkM untuk memastikan adanya praktik langsung secara baik sehingga perbaikan tata Kelola keuangan dan pelatihan *digital branding* intensif dapat terealisasi lewat praktif yang sistematis.

Ucapan Terima Kasih

Program pengabdian kepada Masyarakat ini terkonsentrasi pada pelatihan pembahariuan tata Kelola keuangan secara sistematis dan pelatihan digital branding yang diberikan kepada pelaku usaha UMKM yang ada di sekitar objek pariwisata Fatu Braun yang berlokasi di Keluarahan Buraen Kecamatan Amarasi Selatan. Program PkM tidak dapat terealisasi tanpa adanya dukungan pihak – pihak terkait dalam pelaksanaannya. Oleh karena itu, ucapan terima kasih diberikan kepada Pemerintah Daerah Kecamatan Amarasi Selatan Dan Kelurahan Buraen yang telah memfasilitasi tempat dan narasumber sehingga program pengabdian kepada masyarakat ini dapat berjalan secara baik lewat adanya fasilitas – fasilitas penunjang yang disediakan. Selain itu ucapan terima kasih diberikan kepada Universitas Katolik Widya Mandira Kupang yang telah mengizinkan tim pengusul yang merupakan pengajar pada universitas ini untuk melaksanakan program Pk Mini lewat izin dan fasilitas pendanaan yang disediakan.

Referensi

Afiani, S., & Wijaya, R. S. (2024). Pengaruh keterlibatan karyawan, keberlangsungan financial, biaya operasional, dan digital branding terhadap kinerja umkm padang timur. *Jurnal Akuntansi Keuangandan Bisnis*, *1*(4), 874–880. https://jurnal.ittc.web.id/index.php/jakbs/article/view/785/692

Bandawaty, E., Gunardi, Kartikaningsih, D., Ramdani Rakasiwi, G., Sunaryo, & Mujiani, S. (2024). Strategi Pemasaran Digital Branding untuk UMKM Berbasis TikTok. *Padma*, *4*(2), 643–651. https://doi.org/10.56689/padma.v4i2.1581

Mumtaz, A. T., & Karmilah, M. (2022). Digitalisasi Wisata di Desa Wisata. Jurnal Kajian Ruang, 1(1), 1-15. Pendit, N. S. 1994. Ilmu Pariwisata Sebuah Pengantar. Jakarta : Perdana

Monica, E. S., Sukartara, N., & Vahlevi, S. F. (2025). *Hak Konsumen Atas Informasi Produk Dalam Perspektif Hukum Dan Etika Bisnis*. *5*, 3786–3801.

Novrina, P. D., Satria, H., Meifari, V., Indriaty, N., & Syahputra, D. R. (2024). Optimalisasi Adopsi Teknologi 4.0 Penggunaan Aplikasi Kasir Pintar Berbasis Android Terhadap Kualitas Laporan Laba Rugi Di UMKM Kepripunyecerite. *Jurnal Ilmiah Raflesia Akuntansi*, *10*(2), 452–462. https://doi.org/10.53494/jira.v10i2.603

Oktaviani, A. B. & Yuliani, E. (2023). Dampak Pengembangan Pariwisata Terhadap Kondisi Ekonomi Masyarakat. Jurnal Kajian Ruang. Vol 3 (1) Maret 2023. DOI : http://jurnal.unissula.ac.id/index.php/kr

Paramadina, U. (n.d.). *Pengaruh Pembangunan Pusat Jajanan Desa (Pujadesa) Terhadap Pengembangan UMKM Di Desa Air Mesu Riska Fadhillah[1] ,Lingga Yuliana[2], Didin Hikmah Perkasa 3*. 11–22.

Pratiwi, N. N. (2021). Analisis Partisipasi Masyarakat Dalam Pengembangan Kampung Wisata Kreatif Desa Sekida Kecamatan Jagoi Babang. Jurnal Planologi. Vol 18(2), 177-197.

Puspitawati, L., Cahyani, N., & Hertati, L. (2023). Peningkatan Tata Kelola Keuangan Agrowisata Desa Cimande Melalui Digitalisasi Bisnis. *Jurnal Abdimas Mandiri*, *6*(3), 171–179. https://doi.org/10.36982/jam.v6i3.2708

Putih, M., Cipayung, D., Pedes, K., Karawang, K., Musadad, A., Sulistiyo, H., Hasanuh, N., Suartini, S., Suriamanda, G., & Yoga, I. (2025). *Strengthening the Local Economy Through Digital Cooperatives : Initiation of the Red and White Cooperative in Cipayung Asri , Pedes District , Karawang Regency Penguatan Ekonomi Lokal Melalui Koperasi Digital : Inisiasi Koperasi*. *3*(1), 1–7.

Rahman, B. (2021). Level of Impact of Tourism Development with Participatory Planning in Indonesia Tourism. Insights into Economics and Management. Vol. 6, pp. 41-49.

Rahman, B. (2019). The Direction Concept of Leading Tourism Development of Amay Jayapura Beach Based on the Community Aspirations Results. In Journal of Physics: Conference Series. Vol 1351 (1). IOP Publishing.

Salam, M. D., & Prathama, A. (2022). The Role Of Local Governments In The Development Of Umkm. *Jurnal Kebijakan Publik*, *13*(2), 137–143. https://jkp.ejournal.unri.ac.idhttps//jkp.ejournal.unri.ac.id

Syarifah, R., & Rochani, A. (2022). Studi Literatur: Pengembangan Desa Wisata Melalui Community Based Tourism Untuk Kesejahteraan Masyarakat. Jurnal Kajian Ruang, 1(1), pp. 109-129

Utomo, S. B., Pujowati, Y., & Utami, E. Y. (2024). Analisis Kebijakan Pemerintah, Bantuan Modal, dan Pelatihan Kewirausahaan Terhadap Pertumbuhan Bisnis pada Komunitas UMKM di Jawa Timur. *Jurnal Ekonomi Dan Kewirausahaan West Science*, *2*(02), 146–156. https://doi.org/10.58812/jekws.v2i02.1110

Timuneno, A. Y. W., Malut, M. G., Dara, R. R., & Latuheru, G. R. (2023). Analisis Kontribusi Literasi Keuangan dan Inklusi Keuangan Terhadap Kinerja Keuangan Sektor UMKM Di Kota Kupang. *Owner*, *7*(2), 1540–1552. https://doi.org/10.33395/owner.v7i2.1500

Yulianti, D. (2020). Dampak Pengembangan Pariwisata Terhadap Kesejahteraan Masyarakat. *Skripsi: Institut Agama Islam Negeri (IAIN) Metro*

Yoeti, O. A. (1983). *Pengantar ilmu pariwisata*. Angkasa