

Pemasaran Digital, Literasi Keuangan Dan Identitas Merek UMKM Di Desa Lagadar

*Digital Marketing, Financial Literacy And Branding Of UMKM Products
In Lagadar Village*

Amilia Tresnawati, S.Sos., M.M¹, Alfiyah Hafsoh², Imey Amelia³, Lela Nur Indah S⁴,
Ranti Nuraeni⁵, Rahmi Noor A.R⁶.

^{1,2,3,4}Universitas Teknologi Digital, Bandung, Indonesia,

Narahubung : Amilia Tresnawati, S.Sos., M.M, email : amiliatresnawati@digitechuniversity.ac.id

Info Artikel

Riwayat Artikel:
Diajukan: 18/02/2025
Diterima: 26/02/2025
Diterbitkan: 31/03/2025

Kata Kunci:

MBKM, Digital Marketing, Literasi Keuangan, UMKM, Stunting, Desa Lagadar.

Keywords:

MBKM, Digital Marketing, Financial Literacy, UMKM, Stunting, Lagadar Village.

This work is licensed under a [Creative Commons Attribution 4.0 International License](https://creativecommons.org/licenses/by/4.0/).

<https://doi.org/10.1016/digiaction>

e – ISSN: 3063-9336

p – ISSN: xxxx-xxxx

A B S T R A K

Program MBKM Mandiri Membangun Desa bertujuan meningkatkan kesejahteraan masyarakat melalui edukasi pencegahan stunting, pemberdayaan UMKM, dan literasi keuangan bagi siswa SD di Desa Lagadar, Kabupaten Bandung. Program ini menyoroti tiga aspek utama: (1) Pencegahan stunting melalui edukasi gizi, sanitasi, dan pola asuh sehat, (2) Pemberdayaan UMKM dengan pelatihan digital marketing dan pengelolaan keuangan untuk meningkatkan daya saing, serta (3) Literasi keuangan bagi siswa SD guna membangun kebiasaan pengelolaan keuangan sejak dini.

Metode yang digunakan meliputi edukasi interaktif, pelatihan berbasis praktik, advokasi, serta survei dan wawancara untuk collecting data stunting. Hasil diharapkan dapat meningkatkan pemahaman masyarakat tentang kesehatan anak, membantu UMKM memanfaatkan pemasaran digital, serta membentuk kebiasaan finansial positif pada siswa SD. Program ini membuktikan bahwa pendekatan berbasis edukasi dan pendampingan langsung dapat memberikan dampak signifikan bagi masyarakat desa dalam aspek ekonomi, pendidikan, dan kesehatan.

A B S T R A C T

The MBKM Mandiri Membangun Desa program aims to improve community welfare through stunting prevention education, MSME empowerment, and financial literacy for elementary school students in Lagadar Village, Bandung Regency. This program highlights three main aspects: (1) Stunting prevention through education on nutrition, sanitation, and healthy parenting; (2) MSME empowerment through digital marketing training and financial management to enhance competitiveness; and (3) Financial literacy for elementary school students to build early financial management habits.

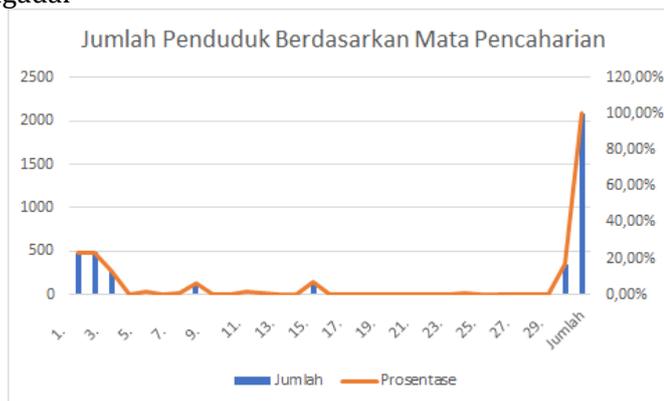
The methods used include interactive education, practice-based training, advocacy, as well as surveys and interviews to collect stunting data. The expected outcomes include increasing community awareness of child health, helping MSMEs utilize digital marketing, and fostering positive financial habits among elementary school students. This program demonstrates that an education-based and hands-on mentoring approach can significantly impact rural communities in terms of economic, educational, and health aspects.

©2024 DigiAction, All rights reserved.

1. Pendahuluan

Program MBKM Mandiri Membangun Desa merupakan implementasi dari kebijakan Merdeka Belajar Kampus Merdeka (MBKM) yang bertujuan mendekatkan mahasiswa dengan masyarakat melalui kegiatan yang berdampak langsung pada pembangunan desa (Kemendikbudristek, 2021). Program ini tidak hanya bertujuan membangun kompetensi mahasiswa, tetapi juga memberikan dampak nyata bagi pembangunan desa, khususnya di bidang kesehatan, ekonomi, dan pendidikan.

Desa Lagadar, Kecamatan Margaasih, Kabupaten Bandung, memiliki luas wilayah sekitar 319,90 km² dengan jumlah penduduk 22.567 jiwa. Secara ekonomi, desa ini memiliki potensi besar di berbagai sektor, termasuk pertanian, pertambangan, serta usaha mikro, kecil, dan menengah (UMKM). Berdasarkan data mata pencaharian, mayoritas penduduknya bekerja di sektor wiraswasta (16,81%), buruh tani/perkebunan (6,96%), serta petani/perkebunan (6,20%), sementara sebagian lainnya bergerak di bidang perdagangan, industri, dan jasa. Berdasarkan data dari Portal Satu Data Kabupaten Bandung, pada tahun 2024, Desa Lagadar memiliki 141 UMKM, dengan 53 usaha mikro yang telah difasilitasi oleh pemerintah pada tahun 2023. Namun, banyak pelaku UMKM yang masih menghadapi keterbatasan dalam pemanfaatan teknologi digital untuk pemasaran dan pengelolaan usaha mereka. Tingginya jumlah pekerja di sektor pertanian dan perdagangan menunjukkan bahwa perekonomian Desa Lagadar masih bergantung pada sektor-sektor tersebut. Untuk memberikan gambaran lebih jelas, berikut adalah distribusi jumlah penduduk berdasarkan mata pencaharian di Desa Lagadar



Gambar 1.1 Grafik Jumlah Penduduk Berdasarkan Mata Pencaharian

Salah satu isu utama yang menjadi perhatian adalah stunting pada balita. Meskipun prevalensi stunting di Indonesia telah menurun dari 27,7% pada tahun 2019 menjadi 24,4% pada tahun 2021, masalah ini tetap menjadi perhatian serius karena dampaknya terhadap tumbuh kembang anak (Rahman, Rahmah, & Saribulan, 2023). Upaya pencegahan stunting telah dilakukan melalui berbagai program, seperti pemberian ASI eksklusif, pemberian Makanan Pendamping ASI (MPASI), dan edukasi gizi (Rahman, Rahmah, & Saribulan, 2023). Namun, tantangan masih ada, terutama dalam meningkatkan kesadaran dan pengetahuan masyarakat tentang pentingnya pencegahan stunting. Oleh karena itu, program ini berfokus pada edukasi masyarakat mengenai pentingnya pola makan bergizi, sanitasi yang baik, serta pola asuh yang tepat dalam mencegah stunting. Edukasi ini dilakukan sebagai bagian dari upaya mendukung program pemerintah daerah dalam menurunkan angka stunting di Kabupaten Bandung.

Selain itu, di sektor ekonomi, pemberdayaan usaha mikro, kecil, dan menengah (UMKM) menjadi salah satu fokus utama. Penelitian menunjukkan bahwa pemberdayaan UMKM melalui digital marketing dapat meningkatkan produktivitas dan memperluas pasar. Namun, banyak pelaku UMKM di desa yang belum memanfaatkan teknologi digital secara optimal karena minimnya pengetahuan dan keterampilan. Keterbatasan ini menghambat mereka dalam menjangkau pasar yang lebih luas dan meningkatkan daya saing produk mereka. Oleh karena itu, program ini juga berfokus pada pemberdayaan UMKM melalui pelatihan digital marketing, branding produk, dan pengelolaan keuangan. Dengan pelatihan ini, diharapkan pelaku UMKM dapat meningkatkan daya saing produk mereka di pasar yang lebih luas (Mirfaqo, Komariah, & Setiawati, 2024).

Di bidang pendidikan, literasi keuangan sejak dini penting untuk membentuk kebiasaan pengelolaan keuangan yang baik. Edukasi literasi keuangan pada anak-anak dapat membantu mereka memahami konsep dasar keuangan, seperti menabung dan pengelolaan uang saku, yang akan bermanfaat di masa depan. Penelitian menunjukkan bahwa menanamkan literasi keuangan sejak dini berdampak besar pada kemampuan anak dalam mengelola keuangan di masa depan. Misalnya, sebuah studi menemukan bahwa pendidikan literasi keuangan pada anak tidak hanya melibatkan pengenalan uang, tetapi juga konsep pengelolaan keuangan yang baik dan bijak, seperti memilah kebutuhan, mengontrol keuangan, dan menabung (Suyono, Nurhuda, & Sari, 2023). Selain itu, penelitian lain menunjukkan bahwa pengembangan literasi keuangan pada anak usia dini dapat dilakukan melalui praktik menabung, yang membantu anak memahami nilai uang dan konsep perencanaan keuangan (Yasintaa, Firdaus, Nurhayati, Khoirunnisa, & Hartono, 2024). Oleh karena itu, melalui program literasi keuangan ini, siswa SD di Desa Lagadar diajarkan konsep sederhana seperti menabung, mengelola uang saku, serta memahami nilai uang dalam kehidupan sehari-hari. Diharapkan edukasi ini dapat membentuk kebiasaan positif yang akan bermanfaat dalam jangka panjang.

Berdasarkan latar belakang tersebut, program MBKM Mandiri Membangun Desa di Desa Lagadar, Kecamatan Margaasih, Kabupaten Bandung, memiliki agenda wajib berupa pengumpulan data dan sosialisasi pencegahan stunting. Selain itu, program ini juga berfokus pada pemberdayaan ekonomi masyarakat melalui sosialisasi digital marketing, branding produk, dan pengelolaan keuangan untuk pelaku UMKM, serta literasi keuangan untuk siswa SD. Tujuan dari program ini adalah meningkatkan pemahaman masyarakat tentang pencegahan stunting, memberdayakan pelaku UMKM dalam memanfaatkan teknologi digital untuk pemasaran, dan menanamkan kesadaran literasi keuangan sejak dini pada anak-anak. Diharapkan, melalui program ini, kualitas hidup masyarakat Desa Lagadar dapat meningkat, baik dari aspek kesehatan, ekonomi, maupun pendidikan.

2. Metode Pelaksanaan

- a) **Pendidikan**, Edukasi interaktif kepada siswa SD melalui penyuluhan yang dikemas dengan metode menarik, seperti permainan, cerita, dan simulasi sederhana tentang pentingnya menabung, mengelola uang saku, dan memahami kebutuhan versus keinginan. Kegiatan ini bertujuan meningkatkan pemahaman siswa mengenai pengelolaan keuangan sejak dini.
- b) **Sosialisasi dan Pelatihan**, Pelatihan praktis untuk pelaku UMKM di desa terkait strategi digital marketing, branding produk, dan pembuatan laporan keuangan sederhana. Pelatihan ini dilakukan dengan demonstrasi langsung, seperti cara membuat konten promosi di media sosial dan menyusun pembukuan usaha.
- c) **Advokasi**, Pelaksanaan program kerja kami yang ditujukan untuk pemberdayaan UMKM di Desa Lagadar dilakukan dengan pendampingan langsung dari Kepala Dusun (Kadus). Kehadiran Kadus sebagai pendamping ini menjadi bentuk mediasi antara tim kami dan pelaku UMKM, sehingga komunikasi, koordinasi, dan implementasi program dapat berjalan dengan lebih efektif dan sesuai dengan kebutuhan masyarakat setempat.
- d) **Collecting Data**, Melaksanakan program collecting data anak stunting di Desa Lagadar sebagai langkah awal untuk mengidentifikasi jumlah dan kondisi anak yang berisiko atau terdampak stunting. Data yang dikumpulkan ini diharapkan dapat menjadi dasar untuk penyusunan program pencegahan dan penanganan stunting yang lebih tepat sasaran, sekaligus mendukung upaya pemerintah desa dalam meningkatkan kesehatan anak-anak.

Tempat dan Waktu Pelaksanaan

Program MBKM Mandiri Membangun Desa ini dilaksanakan selama kurang lebih 2 bulan, dimulai pada 30 November 2024 hingga 31 Januari 2025. MBKM Membangun Desa ini berlokasi di Desa Lagadar tepatnya di Kp. Jalan Cagak No. 62 RT 01 RW 04 Desa Lagadar Kec. Margaasih Kab. Bandung

Khalayak Sasaran

Kegiatan pengabdian ini menyoar dua kelompok utama di Desa Lagadar. Pertama, UMKM Desa Lagadar, yang terdiri dari beberapa usaha dengan potensi besar seperti Simping Nazwa (keripik simping), Sistik Mierasa (sistik), Konveksi Jaket (jaket dan sweater), dan Sabun Sanring (sabun cuci piring). Meskipun produk-produk ini

sudah dikenal di pasar lokal, mereka belum memanfaatkan pemasaran digital untuk memperluas jangkauan pasar dan meningkatkan daya saing produk. Tujuan kegiatan ini adalah untuk memberikan edukasi mengenai pemasaran digital, yang diharapkan dapat membantu mereka memperkenalkan produk ke pasar yang lebih luas dan meningkatkan pendapatan.

Kedua, SDN 02 Lagadar, yang menjadi sasaran kegiatan edukasi literasi keuangan. Kegiatan ini ditujukan kepada siswa kelas 6 yang saat ini belum memiliki pemahaman memadai mengenai pengelolaan uang. Tujuan dari edukasi ini adalah untuk memberikan pemahaman dasar tentang pengelolaan keuangan pribadi, sehingga siswa dapat mulai belajar mengelola uang mereka dengan bijak sejak dini.

Selain itu, program ini menyasar ibu dan balita di Desa Lagadar, dengan fokus khusus pada 10 balita berisiko stunting yang datanya diterima dari Dinas Bapperida. Kegiatan ini bertujuan untuk meningkatkan pemahaman tentang pentingnya gizi yang seimbang dan pelayanan kesehatan yang tepat bagi ibu dan anak dalam mencegah stunting.

Metode Pengabdian

Pendekatan Partisipatif untuk UMKM

Dalam kegiatan ini, pendekatan partisipatif digunakan untuk melibatkan UMKM secara langsung dalam setiap tahap pelaksanaan, baik dalam pelatihan pemasaran digital maupun dalam pendampingan individu. Dengan cara ini, UMKM tidak hanya menerima informasi, tetapi juga aktif dalam proses belajar, yang meningkatkan pemahaman mereka terhadap materi yang diajarkan.

Selama pelatihan pemasaran digital, peserta UMKM akan mempraktikkan langsung teknik yang diajarkan, seperti pembuatan akun bisnis di platform media sosial, pembuatan konten, dan pengelolaan iklan digital.

Selain itu, akan dilakukan diskusi kelompok untuk berbagi pengalaman dan tantangan yang dihadapi, sehingga solusi dapat ditemukan bersama.

Pelatihan Berbasis Praktik untuk Siswa SD

Untuk siswa SD, metode yang digunakan adalah pelatihan berbasis praktik melalui simulasi keuangan yang menyenangkan dan interaktif. Siswa diberikan materi mengenai pengelolaan uang dengan cara yang mudah dipahami, seperti simulasi penggunaan uang saku dan cara menabung. Materi disampaikan melalui permainan edukatif, kuis, dan tugas praktis, di mana siswa diberi tugas untuk merencanakan pengeluaran dan menabung. Simulasi seperti pembagian uang saku dan penyusunan anggaran sederhana akan membantu siswa memahami bagaimana cara mengelola uang secara efektif sejak dini.

Survei dan Wawancara untuk *Collecting Data Stunting*

Mengumpulkan data terkait 10 balita berisiko stunting di Desa Lagadar. Data awal diperoleh dari Dinas Bapperida, kemudian tim melakukan pendataan lebih lanjut melalui survei dan wawancara langsung dengan keluarga masing-masing.

Dalam pelaksanaannya, anggota MBKM akan terjun ke lapangan dan mengunjungi keluarga yang terdata. Proses wawancara mencakup beberapa aspek penting, seperti, Riwayat kesehatan balita, termasuk berat badan, tinggi badan, dan riwayat imunisasi. Pola makan, mencakup jenis makanan yang dikonsumsi sehari-hari dan kecukupan asupan gizi. Akses terhadap layanan kesehatan, seperti kunjungan ke posyandu, pemeriksaan ke puskesmas, dan bantuan gizi yang diterima.

Indikator Keberhasilan

Program Kerja Sosialisasi UMKM

Pemahaman Dasar Digital Marketing : Para pelaku UMKM dapat memahami dan menerapkan konsep dasar digital marketing, termasuk cara memanfaatkan media sosial dan platform digital untuk mempromosikan produk mereka secara lebih efektif. UMKM mampu membuat dan mengelola akun media sosial bisnis untuk memperkenalkan produk mereka kepada audiens yang lebih luas.

Pembuatan Akun Sosial Media dan Branding Digital : Pembuatan akun media sosial seperti Instagram) dan platform digital lainnya seperti Tiktokshop untuk UMKM berhasil dilakukan. UMKM ini kini dapat mengelola platform tersebut untuk memasarkan produk mereka dan menjangkau pelanggan baru.

Peningkatan Branding Produk : Pembuatan logo dan elemen branding lainnya (seperti tagline dan desain visual) yang dirancang bersama. Hasil dari kegiatan ini adalah produk yang lebih menarik dan memiliki identitas yang lebih kuat, sehingga meningkatkan daya tarik pasar.

Program Kerja Edukasi Literasi Keuangan

Partisipasi dan Antusiasme Siswa : Anak-anak menunjukkan antusiasme yang tinggi selama kegiatan, yang terlihat dari tingkat partisipasi mereka dalam setiap aktivitas, seperti simulasi menabung dan kuis tentang pengelolaan uang. Siswa terlibat aktif dalam diskusi, permainan edukatif, dan tugas praktis yang diberikan selama pelatihan.

Pemahaman Konsep Pengelolaan Uang : Siswa dapat memahami konsep dasar pengelolaan uang, seperti cara menabung dan mengatur pengeluaran secara sederhana, yang diterapkan melalui simulasi dan permainan interaktif.

Praktik Pengelolaan Keuangan di Rumah dan Sekolah : Setelah kegiatan, banyak siswa mulai mempraktikkan pengelolaan uang, seperti menabung di rumah dan sekolah, menunjukkan bahwa mereka telah menerapkan materi yang dipelajari dalam kehidupan sehari-hari.

Program Kerja *Collecting data Stunting*

Dapat mengidentifikasi balita berisiko stunting : Dari hasil identifikasi, program ini memungkinkan kita untuk mengetahui apakah anak membutuhkan perhatian lebih dalam pemenuhan gizi dan perawatan kesehatannya.

Pemahaman Kondisi Gizi Keluarga : Wawancara dengan keluarga dapat mengungkapkan pola makan yang kurang bergizi atau kebiasaan keluarga yang mempengaruhi status kesehatan anak, seperti kurangnya pemberian makanan bergizi atau ketidaktahuan mengenai pentingnya ASI eksklusif.

Metode Evaluasi

Survei atau kuesioner : Setelah pelatihan digital marketing, peserta UMKM diberikan kuesioner untuk mengukur sejauh mana mereka memahami konsep dasar digital marketing dan bagaimana mereka menerapkannya. Survei ini mencakup pertanyaan terkait pemanfaatan media sosial, pembuatan akun bisnis, serta penggunaan platform digital untuk memasarkan produk. Selain itu, ada pertanyaan terkait dengan kepuasan mereka terhadap pelatihan yang diberikan dan sejauh mana pelatihan tersebut membantu mereka dalam meningkatkan penjualan produk mereka.

Post-test : Setelah kegiatan pelatihan selesai, siswa diberi post-test yang digunakan mengukur peningkatan pengetahuan mereka tentang pengelolaan uang, seperti cara menabung dan mengatur pengeluaran.

Analisis dokumentasi : Selama pendataan dan wawancara dengan keluarga balita, seluruh informasi yang dikumpulkan dianalisis untuk melihat pola gizi, pola makan, serta riwayat kesehatan balita. Dokumentasi hasil wawancara dan identifikasi yang dilakukan akan dipelajari untuk menentukan apakah anak membutuhkan perhatian lebih dalam pemenuhan gizi dan perawatan kesehatannya. Dokumentasi ini juga akan digunakan untuk melihat apakah ada pola yang muncul dalam faktor-faktor yang berhubungan dengan stunting di desa tersebut.

3. Hasil dan Pembahasan

3.1. Collecting Data Stunting dan Sosialisasi Pencegahan

Dalam kegiatan ini kami berkoordinasi dengan perangkat Kader setempat untuk memastikan kelancaran kegiatan. Data dikumpulkan melalui wawancara menggunakan kuesioner yang mencakup informasi kesehatan anak, seperti pola makan, berat badan, dan kesehatan umum. Menurut penelitian oleh (Astuti, Suryani, Putri, & Arsyad, 2023), pengumpulan data melalui wawancara dan kuesioner sangat efektif dalam mengidentifikasi faktor risiko stunting pada anak balita.

Melalui kegiatan ini, kami berhasil mengumpulkan data anak sehat di Desa Lagadar yang dapat digunakan oleh Dinas Kabupaten Bandung sebagai referensi dalam menyusun program peningkatan kesehatan anak. Data ini juga menjadi dasar untuk perbaikan layanan kesehatan di desa, terutama dalam memastikan anak-anak mendapatkan perhatian yang memadai terkait status gizi dan kesehatannya. Penelitian oleh (Haryani, Astuti, & Sari, 2021) menekankan bahwa sosialisasi dan edukasi gizi dapat meningkatkan pemahaman masyarakat tentang pencegahan stunting, yang mendukung keberlanjutan program kesehatan masyarakat. Dengan terlaksananya program ini, diharapkan adanya peningkatan kesejahteraan masyarakat Desa Lagadar serta terbentuknya ekosistem pembangunan desa yang lebih baik.



Gambar 3.1 Pelaksanaan Collecting Data Stunting dan Sosialisasi Pencegahan

3.2. Pelatihan Digital Marketing dan Branding Produk untuk Umkm

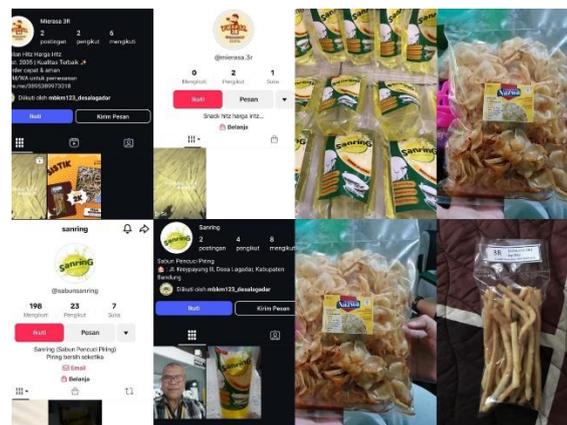
Kami melakukan sosialisasi digital marketing dengan menjelaskan pentingnya media sosial sebagai alat promosi, edukasi tentang elemen branding seperti logo, tagline, dan desain kemasan, serta diskusi strategi branding sesuai karakteristik produk. Hal ini sejalan dengan penelitian oleh (Widodo, et al., 2023), yang menunjukkan bahwa pemanfaatan media sosial dapat meningkatkan visibilitas dan daya saing UMKM.

Selain itu, kami memberikan edukasi pengelolaan keuangan UMKM, termasuk pencatatan pemasukan dan pengeluaran serta pentingnya memisahkan uang usaha dari uang pribadi. Studi oleh (Widodo, et al., 2023) menegaskan bahwa literasi keuangan yang baik pada UMKM berkontribusi terhadap peningkatan profitabilitas dan keberlanjutan usaha. Kami juga melakukan observasi produksi dengan melihat langsung proses pembuatan produk dan mendiskusikan kendala yang dihadapi, seperti keterbatasan alat atau bahan baku.

Selanjutnya, kami membantu pelaku UMKM membuat akun media sosial dan toko online di platform marketplace seperti TikTok Shop. Dengan adanya kegiatan ini, pelaku UMKM menjadi lebih paham bagaimana cara memakai media sosial untuk promosi, memperkuat branding produk, dan pentingnya mengatur keuangan usaha. Mereka juga antusias mencoba tips yang kami sampaikan. Dengan adanya diskusi dan melihat langsung proses produksi, kami memahami kendala yang perlu diatasi. Pelaku UMKM pun termotivasi untuk mengembangkan usaha mereka dan menerapkan ilmu yang telah disampaikan.



Gambar 3.2 Pelaksanaan Pelatihan Digital Marketing dan Branding Produk untuk Umkm



Gambar 3.3 Contoh Produk dan Media Sosial UMKM binaan tim.

3.3. Literasi Keuangan untuk Anak Sekolah Dasar

Kegiatan dimulai dengan pengenalan anggota MBKM kepada siswa dan penyampaian tujuan kegiatan. Kami menjelaskan pentingnya menabung, manfaat menabung, serta cara-cara menabung yang sederhana dan bisa diterapkan oleh siswa SD. Penelitian oleh (Yasintaa, Firdaus, Nurhayati, Khoirunnisa, & Hartono, 2024) menemukan bahwa pengenalan konsep menabung sejak dini dapat membentuk kebiasaan finansial yang baik di masa depan. Kegiatan ditutup dengan rangkuman materi, pemberian motivasi untuk gemar menabung kepada siswa, beberapa games, serta foto bersama sebagai dokumentasi kegiatan.

Melalui kegiatan ini, siswa-siswi SDN Lagadar 02 memperoleh pemahaman tentang pentingnya menabung sejak dini. Hasil penelitian oleh (Syahid, 2023) menunjukkan bahwa metode pembelajaran interaktif, seperti permainan edukatif, dapat meningkatkan minat siswa dalam literasi keuangan. Siswa menjadi lebih sadar akan manfaat menabung dan diharapkan dapat mempraktikkannya dalam kehidupan sehari-hari. Anggota MBKM juga berhasil membangun interaksi yang baik dengan siswa dan pihak sekolah, yang diharapkan dapat menjadi awal kolaborasi untuk kegiatan edukasi keuangan lebih lanjut di masa depan.



Gambar 3.4 Pelaksanaan program Literasi Keuangan untuk Anak Sekolah Dasar

4. Simpulan

Program ini berfokus pada tiga aspek utama, yaitu kesehatan, ekonomi, dan pendidikan. Di bidang kesehatan, program ini menitikberatkan pada sosialisasi dan edukasi pencegahan stunting. Mengingat masih adanya anak-anak berisiko stunting di Desa Lagadar, program ini berupaya meningkatkan kesadaran masyarakat, khususnya ibu dan balita, mengenai pentingnya gizi seimbang, pola makan sehat, dan sanitasi yang baik.

Di sektor ekonomi, pemberdayaan UMKM menjadi fokus utama melalui pelatihan digital marketing, branding produk, dan pengelolaan keuangan. Program ini bertujuan untuk meningkatkan daya saing produk lokal dengan memanfaatkan teknologi digital sebagai sarana pemasaran yang lebih luas. Di bidang pendidikan, program ini menargetkan siswa SD dalam rangka meningkatkan literasi keuangan sejak dini. Melalui metode edukasi interaktif, seperti permainan dan simulasi sederhana, siswa diajarkan konsep dasar keuangan, seperti menabung, mengelola uang saku, dan membedakan kebutuhan serta keinginan.

Secara keseluruhan, program ini memberikan dampak positif dalam meningkatkan kualitas hidup masyarakat Desa Lagadar. Pendekatan partisipatif dan berbasis praktik yang diterapkan dalam setiap kegiatan memungkinkan masyarakat untuk lebih memahami dan mengaplikasikan ilmu yang diberikan. Keberhasilan program ini diukur melalui peningkatan pemahaman masyarakat dalam setiap aspek yang menjadi fokus utama, baik dalam pencegahan stunting, pemberdayaan UMKM, maupun edukasi literasi keuangan bagi siswa SD. Dengan adanya kolaborasi antara mahasiswa, masyarakat, dan pemerintah desa, program ini diharapkan dapat berkelanjutan dan memberikan manfaat jangka panjang bagi Desa Lagadar.

5. Ucapan Terimakasih

Kami mengucapkan terima kasih kepada Ibu Amilia Tresnawati, S.Sos., M.M. selaku dosen pembimbing lapangan yang telah membimbing kami dalam menyelesaikan laporan ini. Ucapan terima kasih juga kami sampaikan kepada Kepala Desa Lagadar beserta jajaran perangkat desa, para pelaku UMKM, pihak SDN 02 Lagadar, serta ibu-ibu kader yang telah mendukung dan berpartisipasi dalam kegiatan MBKM ini. Kami juga mengapresiasi semua pihak yang telah membantu, baik secara langsung maupun tidak langsung, dalam penyusunan laporan ini. Semoga laporan ini dapat memberikan manfaat bagi semua pihak yang berkepentingan.

6. Referensi

- Ariyanto, A., Andi, D., Abid, M., Oktavianti, N., Amelia, R. W., Wiguna, M., . . . Devi, R. (2021). *Entrepreneurial Mindsets & Skills*. PENERBIT INSAN CENDEKIA MANDIRI.
- Astuti, S. M., Suryani, L., Putri, D. A., & Arsyad, J. F. (2023). UPAYA PENCEGAHAN STUNTING PADA BALITA (LITERATURE REVIEW STUNTING PREVENTION EFFORTS IN TODDLERS. *Jurnal Andragogi Kesehatan*, 21-24.
- Haryani, S., Astuti, A. P., & Sari, K. (2021). PENCEGAHAN STUNTING MELALUI PEMBERDAYAAN MASYARAKAT DENGAN KOMUNIKASI INFORMASI DAN EDUKASI DI WILAYAH DESA CANDIREJO KECAMATAN UNGARAN BARAT KABUPATEN SEMARANG. *Jurnal Pengabdian Kesehatan STIKES Cendekia Utama Kudus*, 30-40.
- Hendarsyah, D. (2020). PEMASARAN DIGITAL DALAM KEWIRAUSAHAAN. *IQTISHADUNA: Jurnal Ilmiah Ekonomi Kita*, 25-43.
- Kemendikbudristek. (2021). *Panduan Implementasi Kebijakan MBKM pada Kurikulum Pendidikan Tinggi Vokasi Program Sarjana Terapan*. Dirjen Pendidikan Tinggi Vokasi.
- Kurniawan, A. d. (2025). Jurnal Pengabdian dan Pemberdayaan Masyarakat. *Jurnal Pengabdian dan Pemberdayaan Masyarakat*, <https://doi.org/10.1016 /DigiAction>,.....
- Lagadar. (2024). *sejarah desa*. Retrieved from lagadar.desa.id: <https://lagadar.desa.id/>
- Lagadar, D. (2022). Rencana Pembangunan Jangka Menengah (RPJM).
- Lagadar, D. (2024). Rencana Kerja Pemerintahan Desa Lagadar.
- MBKM, T. F. (2024). *PANDUAN MBKM PROYEK MEMBANGUN DESA DI KABUPATEN BANDUNG "Kolaborasi Perguruan Tinggi dan Pemerintah Kabupaten Bandung"*. Bandung: Universitas Teknologi Digital.
- Mirfaqo, N. H., Komariah, & Setiawati, A. (2024). Pemberdayaan UMKM Masyarakat Melalui Digital Marketing Di Desa Jajar, Kecamatan Wates, Kabupaten Kediri. *MITRA: Jurnal Pemberdayaan Masyarakat, Vol.8 No.1.(2024)*, 52-60.
- Rahman, H., Rahmah, M., & Saribulan, N. (2023). UPAYA PENANGANAN STUNTING DI INDONESIA Analisis Bibliometrik dan Analisis Konten. *Jurnal Ilmu Pemerintahan Suara Khatulistiwa (JIPSK)* , 44-59.
- ruangmenyala. (2024). *literasi-keuangan-untuk-anak*. Retrieved from www.ruangmenyala.com: <https://www.ruangmenyala.com/article/read/literasi-keuangan-untuk-anak>
- Sopiansyah, D., Masruroh, S., Zaqiah, Q. Y., & Erihadiana, M. (2022). Konsep dan Implementasi Kurikulum MBKM. *Reslaj : Religion Education Social Laa Roiba Journal*, 34-41.
- Suyono, A., Nurhuda, N., & Sari, M. (2023). Peningkatan Literasi Keuangan dan Kepedulian Ekonomi Anak Berbasis Pretend Play bagi Orang Tua . *Studi Akuntansi, Keuangan, dan Manajemen (Sakman)*, 9-17.
- Syahid, I. (2023). URGENSI PENDIDIKAN LITERASI KEUANGAN PADA ANA. *JURNAL EDUKASI PENDIDIKAN GURU MADRASAH IBTIDAIYAH*, 64-80.

- Widodo, E. M., Prasetyo, A., Sunartama, R. F., Bolodiko, C., Ajarwiro, Prasetyo, A. N., & Nugraha, Y. G. (2023). Implementation of digital marketing for UD Modern Y to expand website-based product marketin. *COMMUNITY EMPOWERMENT*, 974-978.
- Yasintaa, T., Firdaus, Nurhayati, Khoirunnisa, & Hartono, J. S. (2024). Pengembangan Literasi Keuangan Anak Usia Dini melalui Praktik Menabung di Penang Malaysia. *Society: Jurnal Pengabdian Masyarakat*, Vol. 3, 211-219.