OPTIMALISASI MEDIA PROMOSI DIGITAL SEBAGAI SARANA EDUKASI DAN PENINGKATAN AKSES INFORMASI LAYANAN PEMBIAYAAN PADA PT LKM GENTHA PERSADA

Made Santana Putra Adiyadnya[1,*], Ni Luh Putu Diantari[2], Cokorda Istri Agung Evita Nindia Putri[3]
[1,2,3]Universitas Mahasaraswati Denpasar, Bali, 80233, Indonesia
[*]Email: santanasebelas@unmas.ac.id

ABSTRAK

Perkembangan teknologi informasi dan komunikasi memberikan peluang bagi lembaga keuangan mikro untuk meningkatkan efektivitas promosi dan penyampaian informasi kepada masyarakat. PT LKM Gentha Persada merupakan unit usaha BUMDes Gentha Persada Tibubeneng yang bergerak dalam bidang layanan pembiayaan bagi masyarakat. Berdasarkan hasil observasi, ditemukan permasalahan berupa penurunan jumlah peminjam kredit, belum optimalnya pemanfaatan media sosial, serta terbatasnya media promosi dan konten edukasi layanan pembiayaan. Kegiatan Pengabdian kepada Masyarakat ini bertujuan meningkatkan efektivitas promosi dan penyampaian informasi layanan pembiayaan melalui optimalisasi media digital. Metode pelaksanaan meliputi pembuatan poster dan RIPLAY pembiayaan, penyusunan konten edukasi, serta pendampingan optimalisasi media sosial. Program pendukung dilakukan melalui penyusunan *content calendar* dan panduan pengelolaan media sosial. Hasil kegiatan menunjukkan tersedianya media promosi digital dan konten edukasi yang dapat digunakan untuk memperluas penyampaian informasi kepada masyarakat. Selain itu, mitra memperoleh pedoman pengelolaan publikasi media sosial secara lebih terencana dan konsisten. Kegiatan ini memberikan kontribusi dalam meningkatkan pemanfaatan media digital sebagai sarana promosi dan edukasi layanan pembiayaan.

Kata kunci : media promosi digital, edukasi pembiayaan, lembaga keuangan mikro

ANALISIS SITUASI

PT LKM Gentha Persada merupakan salah satu unit usaha BUMDes Gentha Persada Desa Tibubeneng yang bergerak dalam bidang lembaga keuangan mikro, khususnya menyediakan layanan pembiayaan kepada masyarakat. Keberadaan lembaga ini memiliki peran dalam mendukung kegiatan ekonomi masyarakat melalui penyediaan akses permodalan untuk pengembangan usaha maupun kebutuhan produktif lainnya. Desa Tibubeneng merupakan wilayah yang berkembang pada sektor pariwisata, perdagangan, jasa, dan UMKM, sehingga kebutuhan masyarakat terhadap layanan keuangan juga semakin meningkat.

Perkembangan teknologi digital memberikan peluang bagi PT LKM Gentha Persada untuk memperluas jangkauan promosi dan penyampaian informasi kepada masyarakat. Pemanfaatan media sosial sebagai sarana promosi dapat membantu meningkatkan jangkauan informasi dan memperkenalkan layanan kepada masyarakat secara lebih luas (Ernawati et al., 2024). Selain itu, pemanfaatan media digital untuk

informasi dan promosi dapat membantu meningkatkan literasi digital masyarakat serta mendukung penyampaian informasi secara lebih efektif (Ni'mah et al., 2026). Penguatan literasi keuangan digital juga diperlukan agar masyarakat mampu memahami dan memanfaatkan layanan keuangan secara tepat sesuai dengan kebutuhannya (Fisabilillah et al., 2021).

Berdasarkan hasil observasi yang dilakukan pada PT LKM Gentha Persada, kegiatan operasional perusahaan secara umum telah berjalan dengan baik. PT LKM Gentha Persada telah memiliki layanan pembiayaan dan media sosial sebagai salah satu sarana komunikasi dengan masyarakat. Namun, pemanfaatan media sosial masih belum optimal, terutama dalam kegiatan promosi dan penyampaian informasi mengenai layanan pembiayaan. Selain itu, terdapat penurunan jumlah peminjam kredit serta keterbatasan media promosi digital seperti poster dan RIPLAY. Informasi mengenai manfaat, persyaratan, dan prosedur pembiayaan juga belum tersampaikan secara optimal kepada masyarakat.

Kondisi tersebut menunjukkan perlunya pengembangan strategi promosi digital yang didukung dengan penyediaan informasi yang jelas dan edukatif. Pemanfaatan strategi digital marketing melalui media yang sesuai dapat membantu meningkatkan efektivitas pemasaran dan memperluas jangkauan informasi kepada masyarakat (Widianingsih et al., 2026). Dari sisi penyampaian informasi, pemberian sinyal yang jelas melalui media digital juga dapat membantu membangun persepsi dan kepercayaan pihak eksternal terhadap suatu organisasi (Hariningsih & Harsono, 2019).

PT LKM Gentha Persada membutuhkan penguatan pada aspek promosi digital dan penyampaian informasi layanan pembiayaan. Oleh karena itu, kegiatan Pengabdian kepada Masyarakat diarahkan pada pembuatan media promosi digital berupa poster dan RIPLAY, penyusunan konten edukasi layanan pembiayaan, serta pendampingan optimalisasi media sosial. Kegiatan tersebut juga didukung dengan penyusunan *content calendar* dan panduan pengelolaan media sosial agar mitra dapat melaksanakan kegiatan promosi secara lebih terencana dan berkelanjutan.

Melalui pelaksanaan program tersebut, diharapkan PT LKM Gentha Persada mampu meningkatkan pemanfaatan media digital sebagai sarana promosi dan komunikasi dengan masyarakat. Ketersediaan media promosi dan konten edukasi yang informatif diharapkan dapat memperluas akses informasi mengenai layanan pembiayaan, meningkatkan pemahaman masyarakat, serta mendukung peningkatan minat masyarakat dalam menggunakan layanan pembiayaan PT LKM Gentha Persada.

PERUMUSAN MASALAH

Adapun perumusan masalah dari terlaksananya kegiatan pengabdian kepada masyarakat ini, adalah sebagai berikut:

1. Bagaimana meningkatkan pemanfaatan media sosial PT LKM Gentha Persada sebagai sarana promosi layanan pembiayaan?
2. Bagaimana menyediakan media promosi digital yang informatif dan menarik untuk meningkatkan akses informasi masyarakat terhadap layanan pembiayaan?

3. Bagaimana meningkatkan edukasi masyarakat mengenai produk dan layanan pembiayaan melalui pemanfaatan media digital?

SOLUSI YANG DIBERIKAN

Berdasarkan uraian permasalahan diatas, maka solusi yang diberikan pada kegiatan pengabdian masyarakat adalah sebagai berikut:

1. Pembuatan media promosi digital layanan pembiayaan, berupa poster digital dan RIPLAY yang informatif dan menarik untuk membantu PT LKM Gentha Persada dalam menyampaikan informasi layanan pembiayaan kepada masyarakat.
2. Penyusunan konten edukasi layanan pembiayaan, yang memuat informasi mengenai produk, manfaat, keuangan, persyaratan, dan prosedur pengajuan pembiayaan untuk meningkatkan pemahaman masyarakat terhadap layanan yang tersedia.
3. Pendampingan optimalisasi media sosial sebagai sarana promosi, melalui penyusunan strategi publikasi konten, teknik copywriting dasar, serta rekomendasi jenis konten yang sesuai dengan karakteristik masyarakat sebagai sasaran informasi.

METODE PELAKSANAAN

Metode pelaksanaan yang digunakan dalam kegiatan Pengabdian kepada Masyarakat di PT LKM Gentha Persada antara lain: pertama, perancangan dan pembuatan media promosi digital, yang dilakukan melalui pengumpulan informasi layanan pembiayaan, identifikasi kebutuhan promosi, penyusunan konsep desain, serta pembuatan poster dan RIPLAY yang informatif dan mudah dipahami oleh masyarakat. Kedua, penyusunan konten edukasi, yaitu penyusunan materi mengenai manfaat pembiayaan, persyaratan, prosedur pengajuan, keuangan serta informasi pendukung lainnya yang dikemas dalam bentuk visual dan teks untuk dipublikasikan melalui media digital. Ketiga, pendampingan dan evaluasi optimalisasi media sosial, yang dilakukan melalui pendampingan kepada pengelola PT LKM Gentha Persada dalam penyusunan *caption*, penerapan strategi komunikasi, dan pemilihan jenis konten yang sesuai dengan target masyarakat. Pada tahap akhir dilakukan evaluasi terhadap penerapan media promosi digital untuk mengetahui ketercapaian kegiatan serta mendukung keberlanjutan pengelolaan media sosial oleh mitra.

Metode pendekatan yang digunakan dalam menyelesaikan permasalahan mitra yaitu melalui pembuatan media promosi digital berupa poster dan RIPLAY pembiayaan; penyusunan konten edukasi mengenai produk, manfaat, keuangan, persyaratan, dan prosedur layanan pembiayaan; serta pendampingan optimalisasi media sosial sebagai sarana komunikasi dan promosi digital. Pendekatan tersebut diharapkan dapat membantu PT LKM Gentha Persada meningkatkan penyampaian informasi layanan pembiayaan dan memperluas jangkauan promosi kepada masyarakat.

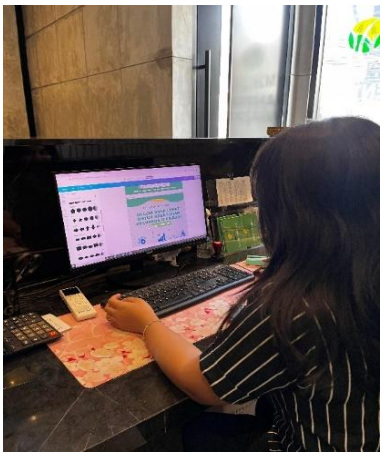
HASIL PENGABDIAN DAN PEMBAHASAN

Kegiatan Pengabdian kepada Masyarakat dengan tema optimalisasi media promosi digital dan penyampaian informasi layanan pembiayaan melalui media sosial dilaksanakan di PT LKM Gentha Persada yang merupakan salah satu unit usaha BUMDes Gentha Persada Desa Tibubeneng, Kecamatan Kuta Utara, Kabupaten Badung, Bali. Kegiatan ini dilaksanakan pada tanggal 25 Juli 2026 hingga 26 Agustus 2026 dengan melibatkan tim pelaksana dan pihak PT LKM Gentha Persada sebagai mitra kegiatan.

Hasil yang dicapai dari kegiatan Pengabdian kepada Masyarakat ini adalah terlaksananya seluruh program kerja yang telah dirancang berdasarkan permasalahan dan kebutuhan mitra. Program yang dilaksanakan meliputi pembuatan media promosi digital, penyusunan konten edukasi layanan pembiayaan, serta pendampingan optimalisasi media sosial sebagai sarana komunikasi dan promosi. Selain itu, kegiatan didukung dengan penyusunan *content calendar* dan panduan pengelolaan media sosial untuk membantu keberlanjutan kegiatan promosi digital oleh mitra.

Adapun hasil dan perubahan yang dicapai melalui pelaksanaan program kegiatan adalah sebagai berikut:

Program kerja pertama, yaitu pembuatan media promosi digital layanan pembiayaan. Kegiatan ini menghasilkan media promosi berupa poster dan RIPLAY yang memuat informasi mengenai layanan pembiayaan PT LKM Gentha Persada. Media tersebut dirancang dengan memperhatikan aspek informasi, tampilan visual, dan kemudahan pemahaman masyarakat. Dengan adanya media promosi digital, mitra memiliki bahan promosi yang dapat digunakan untuk menyampaikan informasi layanan pembiayaan melalui media sosial secara lebih menarik dan informatif.



Gambar 1. Pembuatan Media Promosi Digital Layanan Pembiayaan

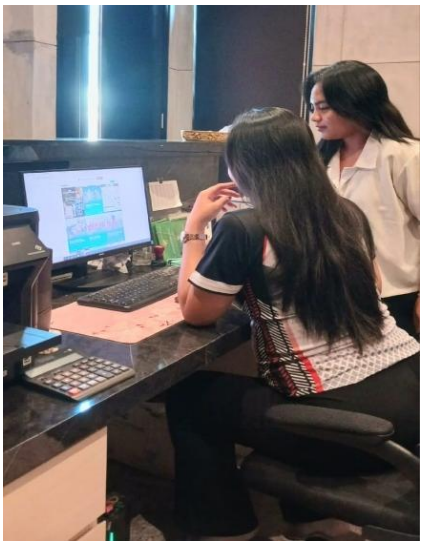
Program kerja kedua, yaitu penyusunan konten edukasi layanan pembiayaan. Kegiatan ini menghasilkan materi edukasi yang memuat informasi mengenai produk pembiayaan, manfaat, keuangan, persyaratan, prosedur pengajuan, serta informasi pendukung lainnya. Konten disusun menggunakan bahasa yang sederhana dan dikemas dalam bentuk visual maupun teks sehingga lebih mudah dipahami oleh

masyarakat. Penyediaan konten edukasi ini membantu mitra dalam menyampaikan informasi layanan pembiayaan secara lebih terstruktur dan memberikan pemahaman kepada masyarakat mengenai layanan yang tersedia dan pengelolaan keuangan.



Gambar 2. Penyusunan Konten Edukasi Layanan Pembiayaan

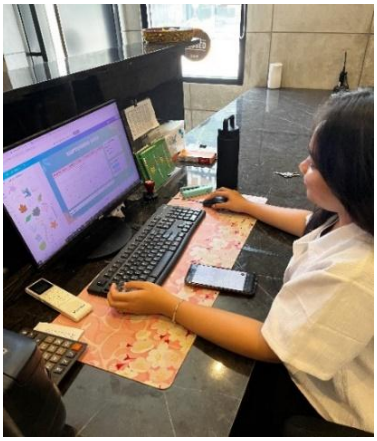
Program kerja ketiga, yaitu pendampingan optimalisasi media sosial sebagai sarana komunikasi dan promosi. Pendampingan dilakukan kepada pengelola PT LKM Gentha Persada melalui pemberian arahan mengenai penyusunan caption, strategi publikasi, dan pemilihan jenis konten yang sesuai dengan karakteristik target masyarakat. Melalui kegiatan ini, mitra memperoleh pemahaman mengenai pengelolaan media sosial yang lebih terencana sehingga dapat mendukung kegiatan promosi dan penyampaian informasi layanan pembiayaan secara berkelanjutan.



Gambar 3. Pendampingan Optimalisasi Media Sosial sebagai Sarana Promosi

Selain ketiga program utama tersebut, kegiatan ini juga menghasilkan *content calendar* dan panduan sederhana pengelolaan media sosial yang dapat digunakan oleh mitra sebagai pedoman dalam menentukan jadwal publikasi, tema konten, serta pengelolaan media sosial. Kedua hasil tersebut dapat digunakan oleh pihak PT LKM

Gentha Persada untuk melanjutkan kegiatan promosi digital secara mandiri dan berkelanjutan.



Gambar 4. Tersusunnya *Content Calendar* dan Panduan Media Sosial

Dengan penerapan solusi tersebut, PT LKM Gentha Persada memiliki media promosi dan konten edukasi yang dapat digunakan untuk meningkatkan penyampaian informasi kepada masyarakat. Selain itu, adanya *content calendar* dan panduan media sosial dapat membantu mitra dalam melakukan publikasi secara lebih terencana dan konsisten.

Secara keseluruhan, kegiatan Pengabdian kepada Masyarakat ini telah membantu PT LKM Gentha Persada dalam mengembangkan pemanfaatan media digital sebagai sarana promosi dan edukasi layanan pembiayaan. Hasil program diharapkan dapat mendukung perluasan akses informasi masyarakat serta menjadi dasar bagi mitra untuk mengembangkan kegiatan promosi digital secara berkelanjutan.

SIMPULAN DAN SARAN

Kegiatan Pengabdian kepada Masyarakat yang dilaksanakan di PT LKM Gentha Persada telah terlaksana dengan baik melalui program pembuatan media promosi digital, penyusunan konten edukasi layanan pembiayaan, pendampingan optimalisasi media sosial, serta penyusunan *content calendar* dan panduan pengelolaan media sosial. Hasil kegiatan berupa poster dan RIPLAY, konten edukasi, *content calendar*, dan panduan media sosial dapat dimanfaatkan untuk mendukung kegiatan promosi dan penyampaian informasi layanan pembiayaan kepada masyarakat.

Kegiatan pendampingan juga memberikan pemahaman kepada pihak mitra mengenai pemanfaatan media sosial sebagai sarana komunikasi dan promosi. Dengan adanya media promosi dan perangkat pendukung tersebut, PT LKM Gentha Persada memiliki dasar yang lebih baik untuk melaksanakan kegiatan promosi digital secara terencana dan berkelanjutan.

PT LKM Gentha Persada diharapkan dapat melanjutkan pemanfaatan media promosi dan konten edukasi yang telah dibuat serta menggunakan *content calendar* sebagai pedoman dalam melakukan publikasi secara konsisten. Selain itu, mitra

disarankan untuk melakukan evaluasi secara berkala terhadap konten dan respons masyarakat agar strategi promosi digital dapat terus dikembangkan sesuai dengan kebutuhan masyarakat dan perkembangan media digital.

DAFTAR PUSTAKA

A'yun, Y. Q., Yanti, M. D., Akbar, H. B., & Rosiawan, R. W. (2026). Optimalisasi Umkm: Penerapan Strategi Pemasaran Digital dan Pencatatan Keuangan Digital pada UMKM Pts Sodara. *GERVASI: Jurnal Pengabdian kepada Masyarakat, 10(1),*, 694-708.

Ernawati, S., Mutmainah, Yanto, F., & Nurhasanah. (2024). Optimalisasi Penggunaan Media Sosial Sebagai Sarana Promosi Online Pada UMKM Kerupuk Ibu Ramlah. *Melayani: Jurnal Pengabdian Kepada Masyarakat, 1(4)*, 201-206.

Fisabilillah, L. W., Aji, T. S., & Prabowo, P. S. (2021). Literasi Keuangan Digital Sebagai Upaya Pembekalan UMKM Kampung Binaan Go Digital. *Dinamis: Jurnal Pengabdian Kepada Masyarakat, 1(2)*, 62-69.

Hariningsih, E., & Harsono, M. (2019). Kajian Kritis Kontribusi Signaling Theory pada Area Penelitian Online Commerce. *Eklektik : Jurnal Pendidikan Ekonomi dan Kewirausahaan, 2(2),*, 241-257.

Ni'mah, N., Fabriar, S. R., Fitri, A. N., & Pangestu, A. C. (2026). Peningkatan Literasi Digital Masyarakat dalam Pemanfaatan Media Digital untuk Informasi dan Promosi. *ADMA: Jurnal Pengabdian dan Pemberdayaan Masyarakat, 6(2)*, 257-272.