

PELATIHAN PEMASARAN PRODUK DAN LAPORAN KEUANGAN SEDERHANA BAGI PELAKU USAHA WISATA SUSUR SUNGAI DI PALANGKA RAYA

Ferdinand¹
Vivy Kristinae²

^{1,2}Fakultas Ekonomi dan Bisnis, Universitas Palangka Raya, Indonesia

ARTICLE INFO

Article history:

Received : 01 April 2026

Revised : 18 April 2026

Accepted : 22 April 2026

Key words: Kahayan River Trail, Palangka Raya, Product Marketing, Simple Financial Statements, Tourism Business Actors

DOI: 10.62335

ABSTRACT

This community service activity aims to improve the knowledge and skills of tourism business actors in Palangka Raya, especially in the Kahayan River Tourism area, in the field of product marketing and the preparation of simple financial reports. Kahayan River Trail Tourism is one of the leading tourism potentials in Palangka Raya City that offers the experience of enjoying the beauty of the Kahayan River through boats or klotok, with natural attractions, culture, and life of the riverside community. The Palangka Raya City Tourism, Culture, Youth and Sports Office describes the Kahayan River as a path that has strong historical, cultural, and natural charm values for the city of Palangka Raya. The problems faced by tourism business actors include limited ability to market tourism products, lack of optimal use of digital media, orderly financial records, and the lack of simple financial reports that can be used to evaluate businesses. The activity method uses a qualitative descriptive approach through observation, interviews, socialization, training, discussions, practices, and evaluation of activities. The results of the activity showed that the training was able to increase participants' understanding of tourism product marketing strategies, preparation of promotional content, consumer services, recording income and expenses, and the preparation of simple profit and loss reports. This activity is expected to strengthen the capacity of tourism business actors in developing businesses in a more planned, professional, and sustainable manner.

ABSTRAK

Kegiatan pengabdian kepada masyarakat ini bertujuan untuk meningkatkan pengetahuan dan keterampilan pelaku usaha wisata di Palangka Raya, khususnya pada kawasan Wisata Susur Sungai Kahayan, dalam bidang pemasaran produk dan penyusunan laporan keuangan sederhana. Wisata Susur Sungai Kahayan merupakan salah satu potensi wisata unggulan di Kota Palangka Raya yang menawarkan pengalaman menikmati keindahan Sungai Kahayan melalui perahu atau klotok, dengan daya tarik alam, budaya, dan kehidupan masyarakat tepian sungai. Dinas Pariwisata, Kebudayaan, Kepemudaan dan Olahraga Kota Palangka Raya menggambarkan Sungai Kahayan sebagai jalur yang

²Corresponding author: vivi.cristina@feb.upr.ac.id

memiliki nilai sejarah, budaya, dan pesona alam yang kuat bagi Kota Palangka Raya. Permasalahan yang dihadapi pelaku usaha wisata antara lain terbatasnya kemampuan dalam memasarkan produk wisata, kurang optimalnya pemanfaatan media digital, belum tertibnya pencatatan keuangan, serta belum tersusunnya laporan keuangan sederhana yang dapat digunakan untuk mengevaluasi usaha. Metode kegiatan menggunakan pendekatan deskriptif kualitatif melalui observasi, wawancara, sosialisasi, pelatihan, diskusi, praktik, dan evaluasi kegiatan. Hasil kegiatan menunjukkan bahwa pelatihan mampu meningkatkan pemahaman peserta mengenai strategi pemasaran produk wisata, penyusunan konten promosi, pelayanan konsumen, pencatatan pemasukan dan pengeluaran, serta penyusunan laporan laba rugi sederhana. Kegiatan ini diharapkan dapat memperkuat kapasitas pelaku usaha wisata dalam mengembangkan usaha secara lebih terencana, profesional, dan berkelanjutan.

PENDAHULUAN

Pariwisata merupakan salah satu sektor strategis yang dapat mendorong pertumbuhan ekonomi daerah. Sektor pariwisata tidak hanya berkaitan dengan kunjungan wisatawan, tetapi juga menciptakan peluang usaha bagi masyarakat lokal. Pelaku usaha di sekitar destinasi wisata dapat memperoleh manfaat ekonomi melalui usaha kuliner, transportasi wisata, jasa pemandu, penyewaan perahu, penjualan souvenir, fotografi, serta produk kreatif lokal.

Kota Palangka Raya memiliki potensi wisata yang beragam, salah satunya adalah wisata berbasis sungai. Sungai Kahayan merupakan sungai besar yang memiliki nilai ekologis, sosial, budaya, dan ekonomi bagi masyarakat Palangka Raya. Salah satu bentuk pemanfaatannya dalam sektor pariwisata adalah kegiatan Wisata Susur Sungai Kahayan. Wisata ini memberikan pengalaman kepada pengunjung untuk menikmati suasana sungai, pemandangan kota, kehidupan masyarakat tepian sungai, serta panorama senja. Pemerintah daerah dan media lokal menggambarkan wisata susur Sungai Kahayan sebagai aktivitas wisata yang mudah dijangkau karena berada di kawasan perkotaan Palangka Raya.

Keberadaan wisata susur sungai memberikan peluang bagi pelaku usaha lokal. Masyarakat dapat mengembangkan berbagai produk dan jasa yang mendukung kegiatan wisata, seperti makanan dan minuman, kerajinan tangan, paket wisata, jasa dokumentasi, transportasi wisata, serta produk khas daerah. Namun, potensi tersebut belum sepenuhnya dapat dimanfaatkan secara optimal karena masih terdapat keterbatasan dalam manajemen usaha.

Salah satu persoalan utama yang dihadapi pelaku usaha wisata adalah keterbatasan kemampuan pemasaran. Banyak pelaku usaha masih mengandalkan promosi secara langsung, informasi dari mulut ke mulut, atau kunjungan wisatawan yang datang secara spontan. Padahal, perkembangan digital menuntut pelaku usaha untuk mampu memanfaatkan media sosial, katalog digital, layanan pesan singkat, dan platform online untuk memperluas pasar. Digitalisasi telah menjadi salah satu faktor penting dalam pengembangan UMKM, termasuk dalam meningkatkan akses pasar dan efisiensi promosi.

Selain aspek pemasaran, pelaku usaha wisata juga menghadapi kendala dalam pencatatan dan pelaporan keuangan. Banyak usaha kecil belum memisahkan uang pribadi dan uang usaha, belum mencatat pemasukan dan pengeluaran secara rutin, serta belum mampu menghitung keuntungan secara tepat. Kondisi ini dapat menyulitkan pelaku usaha dalam mengevaluasi perkembangan usaha, menentukan harga, mengatur modal kerja, dan mengakses

pembiayaan. Ikatan Akuntan Indonesia menjelaskan bahwa SAK EMKM disusun untuk membantu entitas mikro, kecil, dan menengah dalam menyusun laporan keuangan yang lebih tertib serta mendorong literasi keuangan UMKM.

Berdasarkan permasalahan tersebut, kegiatan pengabdian kepada masyarakat ini dilaksanakan dalam bentuk Pelatihan Pemasaran Produk dan Laporan Keuangan Sederhana bagi Pelaku Usaha Wisata di Palangka Raya, dengan studi pada Wisata Susur Sungai Kahayan. Kegiatan ini bertujuan untuk membantu pelaku usaha wisata memahami strategi pemasaran produk yang sesuai dengan karakteristik destinasi wisata, sekaligus meningkatkan keterampilan dalam menyusun pencatatan dan laporan keuangan sederhana.

Pemasaran produk wisata merupakan proses memperkenalkan, menawarkan, dan menciptakan nilai atas produk atau jasa wisata kepada konsumen. Produk wisata tidak hanya berupa barang fisik, tetapi juga pengalaman, pelayanan, suasana, budaya, dan interaksi sosial. Dalam konteks wisata susur sungai, produk wisata dapat berupa paket perjalanan sungai, kuliner lokal, souvenir, jasa foto, pemandu wisata, dan pengalaman menikmati pemandangan Sungai Kahayan.

Pemasaran produk wisata perlu memperhatikan karakteristik konsumen. Wisatawan umumnya mencari pengalaman yang unik, aman, nyaman, mudah diakses, dan memiliki nilai dokumentasi. Oleh karena itu, pelaku usaha wisata perlu mampu menampilkan keunggulan produk secara menarik. Strategi pemasaran dapat dilakukan melalui penentuan target pasar, pembuatan paket wisata, penetapan harga, pelayanan yang baik, promosi digital, serta kerja sama dengan pihak lain.

Dalam pariwisata, promosi tidak hanya bertujuan menjual produk, tetapi juga membangun citra destinasi. Pelaku usaha wisata di sekitar Sungai Kahayan perlu menonjolkan keunikan sungai, budaya lokal, keramahan masyarakat, suasana senja, dan pengalaman susur sungai sebagai nilai jual utama.

Pemasaran digital adalah kegiatan pemasaran yang memanfaatkan teknologi digital seperti media sosial, marketplace, website, aplikasi pesan, dan mesin pencari. Bagi pelaku usaha wisata, pemasaran digital dapat membantu memperluas jangkauan promosi karena calon wisatawan dapat memperoleh informasi sebelum datang ke lokasi.

Media sosial seperti Instagram, Facebook, TikTok, dan WhatsApp Business dapat digunakan untuk menampilkan foto produk, video pendek, daftar harga, testimoni pelanggan, jadwal layanan, lokasi usaha, dan nomor pemesanan. Dalam konteks wisata susur sungai, konten visual memiliki peran penting karena wisatawan tertarik pada pemandangan sungai, suasana perahu, aktivitas wisata, dan pengalaman pengunjung.

Pemasaran digital juga dapat memperkuat kepercayaan konsumen. Ulasan pelanggan, dokumentasi kegiatan, respons cepat, dan informasi yang jelas dapat membuat calon wisatawan lebih yakin untuk membeli produk atau menggunakan jasa wisata.

Pelaku usaha wisata merupakan bagian penting dari ekosistem pariwisata. Mereka berperan dalam menyediakan produk dan layanan yang menunjang pengalaman wisatawan. Keberhasilan destinasi wisata tidak hanya ditentukan oleh keindahan alam, tetapi juga oleh kualitas layanan, kreativitas produk, kenyamanan, dan profesionalitas pelaku usaha.

Pemberdayaan pelaku usaha wisata dapat dilakukan melalui pelatihan, pendampingan, penguatan kelembagaan, dan peningkatan literasi usaha. Pelatihan pemasaran dan keuangan menjadi penting karena dua aspek tersebut merupakan dasar dalam pengembangan usaha. Pemasaran membantu usaha dikenal dan diminati konsumen, sedangkan laporan keuangan membantu pelaku usaha mengetahui kondisi usaha secara objektif.

Laporan keuangan sederhana adalah laporan yang disusun untuk mencatat dan menyajikan informasi keuangan usaha secara ringkas dan mudah dipahami. Bagi pelaku usaha mikro dan kecil, laporan keuangan sederhana dapat dimulai dari pencatatan kas masuk, kas keluar, modal, pendapatan, biaya, persediaan, dan laba rugi.

Ikatan Akuntan Indonesia menjelaskan bahwa SAK EMKM dapat digunakan oleh entitas mikro, kecil, dan menengah yang tidak memiliki akuntabilitas publik signifikan. Laporan keuangan minimum dalam SAK EMKM meliputi laporan posisi keuangan, laporan laba rugi, dan catatan atas laporan keuangan.

Dalam praktik pelatihan bagi pelaku usaha wisata, laporan keuangan dapat disederhanakan menjadi tiga bentuk utama, yaitu: 1) Buku kas harian, berisi catatan pemasukan dan pengeluaran usaha; 2) Laporan laba rugi sederhana, berisi pendapatan dikurangi biaya usaha.; dan 3) Catatan modal dan persediaan, berisi informasi modal awal, tambahan modal, stok produk, dan penggunaan bahan.

Laporan keuangan sederhana membantu pelaku usaha mengetahui apakah usaha memperoleh keuntungan atau kerugian. Selain itu, pencatatan yang rapi juga dapat membantu pelaku usaha dalam mengatur harga, merencanakan pembelian bahan, mengelola modal, dan mengajukan pembiayaan.

Pemasaran dan laporan keuangan merupakan dua aspek yang saling berkaitan dalam pengembangan usaha. Pemasaran yang baik dapat meningkatkan penjualan, sedangkan laporan keuangan membantu pelaku usaha mengetahui hasil dari kegiatan penjualan tersebut. Tanpa pencatatan keuangan, pelaku usaha sulit mengetahui apakah peningkatan penjualan benar-benar menghasilkan keuntungan.

Dalam konteks pelaku usaha wisata di Sungai Kahayan, pemasaran produk wisata dapat meningkatkan jumlah pelanggan, tetapi pelaku usaha tetap perlu mengelola biaya operasional seperti bahan baku, transportasi, sewa tempat, perawatan peralatan, biaya promosi, dan tenaga kerja. Oleh karena itu, pelatihan pemasaran perlu dibarengi dengan pelatihan laporan keuangan sederhana agar pelaku usaha mampu berkembang secara berkelanjutan.

METODE PELAKSANAAN

Jenis Penelitian

Artikel pengabdian kepada masyarakat ini menggunakan pendekatan deskriptif kualitatif. Pendekatan ini digunakan untuk menggambarkan secara mendalam proses pelaksanaan pelatihan, kondisi pelaku usaha wisata, permasalahan yang dihadapi, serta manfaat kegiatan pelatihan pemasaran produk dan laporan keuangan sederhana.

Pendekatan deskriptif kualitatif dipilih karena kegiatan ini tidak hanya berfokus pada angka, tetapi juga pada pemahaman, pengalaman, respons, dan perubahan perilaku peserta setelah mengikuti kegiatan pelatihan.

Lokasi dan Subjek Kegiatan

Kegiatan dilaksanakan di Kota Palangka Raya dengan fokus pada kawasan Wisata Susur Sungai Kahayan. Subjek kegiatan adalah pelaku usaha wisata yang berada di sekitar kawasan wisata sungai, seperti pelaku usaha kuliner, jasa transportasi wisata, penyedia jasa susur sungai, penjual produk lokal, pelaku UMKM, dan masyarakat yang memiliki minat mengembangkan usaha wisata.

Teknik Pengumpulan Data

Teknik pengumpulan data dilakukan melalui beberapa cara berikut:

1. Observasi, yaitu mengamati aktivitas usaha, cara pemasaran, pelayanan konsumen, dan pencatatan keuangan yang dilakukan pelaku usaha.
2. Wawancara singkat, yaitu menggali informasi mengenai kendala pemasaran dan pengelolaan keuangan.
3. Diskusi kelompok, yaitu menggali pengalaman peserta dalam menjalankan usaha wisata.

4. Dokumentasi, yaitu mengumpulkan bukti kegiatan berupa foto, daftar hadir, materi pelatihan, dan hasil praktik peserta.
5. Evaluasi kegiatan, yaitu menilai pemahaman peserta melalui tanya jawab, praktik penyusunan konten promosi, dan praktik pencatatan keuangan sederhana.

Tahapan Pelaksanaan Kegiatan

Pelaksanaan kegiatan dilakukan melalui beberapa tahapan sebagai berikut:

Pertama, tahap persiapan. Tim pelaksana melakukan identifikasi kebutuhan peserta, menyusun materi pelatihan, menyiapkan format laporan keuangan sederhana, dan menyiapkan contoh materi promosi produk wisata.

Kedua, tahap sosialisasi. Peserta diberikan pemahaman mengenai pentingnya pemasaran produk wisata dan manfaat pencatatan keuangan dalam pengembangan usaha.

Ketiga, tahap pelatihan pemasaran produk. Peserta diberikan materi mengenai strategi pemasaran, penentuan target pasar, pembuatan konten promosi, penggunaan media sosial, pelayanan pelanggan, dan penyusunan paket produk wisata.

Keempat, tahap pelatihan laporan keuangan sederhana. Peserta diberikan materi mengenai pencatatan pemasukan, pengeluaran, modal, biaya usaha, laba rugi, dan penyusunan buku kas harian.

Kelima, tahap praktik. Peserta melakukan praktik membuat deskripsi produk wisata, membuat contoh konten promosi, menyusun daftar harga, mencatat transaksi sederhana, dan menyusun laporan laba rugi sederhana.

Keenam, tahap evaluasi. Evaluasi dilakukan melalui diskusi, tanya jawab, dan penilaian terhadap hasil praktik peserta.

Teknik Analisis Data

Data dianalisis menggunakan teknik deskriptif kualitatif. Data yang diperoleh dari observasi, wawancara, diskusi, dan dokumentasi dikelompokkan ke dalam beberapa tema, yaitu kondisi awal peserta, kendala pemasaran, kendala pencatatan keuangan, pelaksanaan pelatihan, respons peserta, dan manfaat kegiatan. Hasil analisis disajikan dalam bentuk uraian naratif untuk menggambarkan proses kegiatan dan hasil yang dicapai.

HASIL DAN PEMBAHASAN

Pelaksanaan pelatihan pemasaran produk dan laporan keuangan sederhana pada pelaku usaha wisata di kawasan Susur Sungai Kahayan menunjukkan bahwa peserta memiliki potensi besar untuk mengembangkan usaha. Potensi tersebut didukung oleh daya tarik Sungai Kahayan sebagai ikon alam dan budaya Kota Palangka Raya. Wisata susur sungai memberikan pengalaman yang khas karena wisatawan dapat menikmati pemandangan sungai, suasana kota dari tepian air, aktivitas masyarakat, dan panorama senja. (Disparbudpora Palangkaraya)

Namun, potensi tersebut perlu didukung oleh kemampuan usaha yang memadai. Sebelum pelatihan, sebagian peserta masih melakukan pemasaran secara sederhana. Promosi umumnya dilakukan secara lisan, melalui jaringan pelanggan lama, atau hanya mengandalkan wisatawan yang datang langsung ke lokasi. Kondisi ini membuat jangkauan pasar masih terbatas.

Melalui pelatihan pemasaran produk, peserta diberikan pemahaman bahwa produk wisata harus dikemas secara menarik. Produk wisata tidak cukup hanya tersedia, tetapi perlu

dijelaskan manfaat, keunikan, harga, fasilitas, dan pengalaman yang akan diperoleh wisatawan. Misalnya, paket susur sungai dapat dipasarkan dengan informasi durasi perjalanan, kapasitas perahu, titik keberangkatan, harga, waktu terbaik untuk menikmati pemandangan, dan layanan tambahan seperti dokumentasi atau kuliner lokal.

Peserta juga diberikan pemahaman mengenai pentingnya media sosial. Media sosial dapat menjadi sarana promosi murah dan efektif bagi pelaku usaha wisata. Foto suasana sungai, video perjalanan klotok, testimoni wisatawan, menu kuliner, dan informasi pemesanan dapat ditampilkan secara berkala untuk menarik calon pelanggan. Dalam pemasaran wisata, konten visual sangat penting karena calon wisatawan cenderung tertarik pada pengalaman yang dapat dilihat secara langsung melalui gambar dan video.

Selain pemasaran digital, peserta juga dilatih mengenai pelayanan pelanggan. Pelayanan yang ramah, respons cepat, informasi yang jelas, keamanan perjalanan, kebersihan produk, dan ketepatan waktu menjadi faktor penting dalam menciptakan kepuasan wisatawan. Kepuasan wisatawan dapat mendorong rekomendasi dari mulut ke mulut dan ulasan positif di media sosial.

Pada aspek keuangan, pelatihan menunjukkan bahwa sebagian peserta belum terbiasa mencatat transaksi usaha secara tertib. Beberapa peserta masih mencampurkan uang pribadi dan uang usaha, sehingga sulit mengetahui keuntungan bersih. Hal ini merupakan persoalan umum pada pelaku usaha kecil. Padahal, pencatatan sederhana sangat penting untuk mengetahui perkembangan usaha.

Dalam pelatihan laporan keuangan sederhana, peserta dikenalkan pada format buku kas harian. Buku kas harian berisi tanggal transaksi, keterangan, pemasukan, pengeluaran, dan saldo. Format ini mudah diterapkan karena tidak membutuhkan istilah akuntansi yang rumit. Peserta juga dilatih menghitung laba rugi sederhana dengan cara mengurangi total pendapatan dengan total biaya usaha.

Contoh laporan laba rugi sederhana yang diberikan kepada peserta adalah sebagai berikut:

Tabel 1. Laporan Laba Rugi

Keterangan	Jumlah
Pendapatan jasa susur sungai	Rp 2.000.000
Pendapatan penjualan makanan/minuman	Rp 750.000
Total Pendapatan	Rp 2.750.000
Biaya bahan bakar/perawatan	Rp 500.000
Biaya bahan makanan/minuman	Rp 300.000
Biaya promosi	Rp 100.000
Biaya tenaga kerja	Rp 400.000
Total Biaya	Rp 1.300.000

Keterangan	Jumlah
Laba Bersih	Rp 1.450.000

Melalui contoh tersebut, peserta dapat memahami bahwa penjualan tinggi belum tentu berarti keuntungan tinggi apabila biaya tidak dikendalikan. Oleh karena itu, pencatatan keuangan membantu pelaku usaha dalam menentukan harga, mengatur biaya, dan merencanakan pengembangan usaha.

Pelatihan juga menekankan pentingnya pemisahan uang pribadi dan uang usaha. Peserta disarankan untuk menyediakan catatan khusus atau rekening khusus usaha agar arus kas lebih mudah dipantau. Dengan pencatatan yang baik, pelaku usaha dapat mengetahui jumlah modal, keuntungan, biaya operasional, serta kebutuhan pengembangan usaha.

Hasil kegiatan menunjukkan bahwa peserta memberikan respons positif terhadap materi yang disampaikan. Peserta menyadari bahwa pemasaran dan laporan keuangan merupakan aspek penting dalam mengembangkan usaha wisata. Peserta juga mulai memahami bahwa promosi digital dan pencatatan keuangan sederhana dapat dilakukan secara bertahap sesuai kemampuan masing-masing.

Meskipun demikian, kegiatan ini juga menemukan beberapa kendala. Beberapa peserta masih belum terbiasa menggunakan media sosial secara konsisten untuk promosi. Sebagian peserta juga masih perlu pendampingan lebih lanjut dalam membuat konten promosi dan menyusun laporan keuangan. Oleh karena itu, kegiatan pelatihan sebaiknya dilanjutkan dengan pendampingan berkala agar peserta mampu menerapkan materi secara berkelanjutan.

Secara umum, kegiatan pengabdian ini memberikan kontribusi dalam meningkatkan kapasitas pelaku usaha wisata di kawasan Susur Sungai Kahayan. Pelatihan pemasaran membantu peserta memahami cara menarik konsumen, sedangkan pelatihan laporan keuangan membantu peserta mengelola usaha secara lebih tertib. Kombinasi kedua materi ini diharapkan dapat mendorong pelaku usaha wisata menjadi lebih mandiri, profesional, dan berdaya saing.

SIMPULAN

Kegiatan Pelatihan Pemasaran Produk dan Laporan Keuangan Sederhana bagi Pelaku Usaha Wisata di Palangka Raya, dengan studi pada Wisata Susur Sungai Kahayan, menunjukkan bahwa pelaku usaha wisata memiliki potensi besar untuk berkembang apabila didukung dengan kemampuan pemasaran dan pengelolaan keuangan yang baik.

Pelatihan pemasaran produk memberikan pemahaman kepada peserta mengenai pentingnya mengenali target pasar, mengemas produk wisata, membuat konten promosi, menggunakan media sosial, menyusun paket wisata, dan meningkatkan kualitas pelayanan. Sementara itu, pelatihan laporan keuangan sederhana membantu peserta memahami cara mencatat pemasukan, pengeluaran, modal, biaya usaha, dan laba rugi.

Hasil kegiatan menunjukkan bahwa peserta memperoleh peningkatan pemahaman mengenai pentingnya promosi digital dan pencatatan keuangan. Peserta juga mulai menyadari bahwa usaha wisata perlu dikelola secara profesional agar dapat memberikan keuntungan dan berkembang secara berkelanjutan.

Kegiatan ini menyimpulkan bahwa pemasaran produk dan laporan keuangan sederhana merupakan dua aspek penting dalam pemberdayaan pelaku usaha wisata. Pemasaran membantu memperluas pasar, sedangkan laporan keuangan membantu pelaku usaha mengendalikan usaha dan mengambil keputusan. Oleh karena itu, pelatihan serupa perlu

dilakukan secara berkelanjutan dengan pendampingan praktis agar pelaku usaha wisata di Palangka Raya semakin mandiri dan berdaya saing.

DAFTAR PUSTAKA

- Abdillah, W., & Hartono, J. (2020). *Partial Least Square: Alternatif Structural Equation Modeling dalam Penelitian Bisnis*. Yogyakarta: Andi.
- Aulia, F. N. (2025). Penerapan pembukuan sederhana pada UMKM dalam meningkatkan pengelolaan keuangan usaha. *Jurnal Pengabdian Indonesia*, 4(2), 101–110.
- Bank Indonesia. (2024). *Ekonomi dan Keuangan Digital: Konsep dan Implementasi di Indonesia*. Jakarta: Bank Indonesia.
- Badan Pusat Statistik. (2025). *Statistik E-Commerce 2024*. Jakarta: BPS.
- Chaffey, D., & Ellis-Chadwick, F. (2022). *Digital Marketing: Strategy, Implementation and Practice*. 8th Edition. Harlow: Pearson.
- Desriyanto, Y. (2025). Penerapan pencatatan keuangan dalam menunjang keberlanjutan UMKM. *Jurnal Pengabdian Masyarakat Bangsa*, 3(1), 55–64.
- Dinas Pariwisata, Kebudayaan, Kepemudaan dan Olahraga Kota Palangka Raya. (2026). *Susur Sungai Kahayan: Menyapa Alam dari Aliran Sungai Legendaris Kalimantan Tengah*. Palangka Raya: Disparbudpora Kota Palangka Raya.
- Dinas Pariwisata, Kebudayaan, Kepemudaan dan Olahraga Kota Palangka Raya. (2026). *Susur Sungai Kahayan Palangka Raya: Menikmati Senja Terindah di Jantung Kalimantan*. Palangka Raya: Disparbudpora Kota Palangka Raya.
- Fitriana, A., Hasibuan, R. R., Tyas, K. Z., & Supriatin, D. (2022). Pendampingan pencatatan keuangan sederhana bagi pelaku UMKM bidang pariwisata di Desa Petahunan Kabupaten Banyumas. *PaKMas: Jurnal Pengabdian Kepada Masyarakat*, 2(1), 17–22.
- Harto, B. (2025). Review pelanggan dan strategi pemasaran digital sebagai peluang UMKM di era e-commerce. *Aliansi: Jurnal Manajemen dan Bisnis*, 4(1), 21–33.
- Ikatan Akuntan Indonesia. (2024). *Standar Akuntansi Keuangan Indonesia untuk Entitas Mikro, Kecil, dan Menengah*. Jakarta: IAI.
- Ikatan Akuntan Indonesia. (2024). *SAK EMKM: Literasi Akuntansi untuk UMKM di Indonesia*. Jakarta: IAI.
- INDEF. (2024). *Peran Platform Digital terhadap Pengembangan UMKM di Indonesia*. Jakarta: Institute for Development of Economics and Finance.
- Kementerian Pariwisata dan Ekonomi Kreatif. (2024). *Outlook Pariwisata dan Ekonomi Kreatif 2023/2024*. Jakarta: Kemenparekraf.
- Kementerian Pariwisata Republik Indonesia. (2026). *Kemenparekraf sebagai Motor Penggerak Pariwisata Digital di Indonesia*. Jakarta: Kementerian Pariwisata.
- Kingsnorth, S. (2022). *Digital Marketing Strategy: An Integrated Approach to Online Marketing*. 3rd Edition. London: Kogan Page.
- Kotler, P., Bowen, J. T., Makens, J. C., & Baloglu, S. (2021). *Marketing for Hospitality and Tourism*. 8th Edition. Harlow: Pearson.
- Kotler, P., Kartajaya, H., & Setiawan, I. (2021). *Marketing 5.0: Technology for Humanity*. Hoboken: Wiley.
- Laudon, K. C., & Traver, C. G. (2023). *E-Commerce 2023–2024: Business, Technology and Society*. Harlow: Pearson.
- Nastiti, A. S. (2025). Mengembangkan ekonomi kreatif UMKM melalui pembukuan keuangan dan pemasaran digital. *Sabangka Abdimas*, 4(1), 15–26.
- OECD. (2021). *The Digital Transformation of SMEs*. Paris: OECD Publishing.
- Rahmadhani, S., Salim, N., & Rozak, H. A. (2025). Pendampingan penyusunan laporan keuangan sederhana UMKM. *Jurnal Akademik Pengabdian Masyarakat*, 3(4), 445–452.

- Ryan, D. (2020). *Understanding Digital Marketing: Marketing Strategies for Engaging the Digital Generation*. 5th Edition. London: Kogan Page.
- Santoso, B. (2025). Peningkatan literasi manajemen keuangan dan pemasaran digital bagi pelaku usaha pariwisata dan UMKM. *Abdi Swadaya*, 2(1), 35–46.
- Tuten, T. L. (2023). *Social Media Marketing*. 5th Edition. London: SAGE Publications.