
Penguatan Kompetensi dan Jaringan Kemitraan Sebagai Strategi Pemberdayaan UMKM di Tengah Persaingan Pasar

Fiqih Maria Rabiatal Hariroh¹, Novi Fitria Hermiati², Sanudin³, Nur Azis⁴, Farah Aulia Masduki⁵

Kewirausahaan, Fakultas Ekonomi dan Ilmu Bisnis, Universitas Pelita Bangsa, Kabupaten Bekasi, Indonesia¹

Manajemen, Fakultas Ekonomi dan Ilmu Bisnis, Universitas Pelita Bangsa, Kabupaten Bekasi, Indonesia²

Teknik Informatika, Fakultas Teknik, Universitas Pelita Bangsa, Kabupaten Bekasi, Indonesia³

Manajemen, Fakultas Ekonomi dan Ilmu Bisnis, Universitas Tangerang Raya, Kabupaten Bekasi, Indonesia⁴

Kewirausahaan, Fakultas Ekonomi dan Ilmu Bisnis, Universitas Pelita Bangsa, Kabupaten Bekasi, Indonesia⁵

✉ Email Korespodensi: fiqihmaria@pelitabangsa.ac.id

INFO ARTIKEL

Histori Artikel:

Diterima 02-08-2026

Disetujui 10-08-2026

Diterbitkan 12-08-2026

Katakunci:

*UMKM, Strategi
Pemberdayaan,
Kompetensi, Kemitraan,
Daya Saing*

ABSTRAK

UMKM sektor pangan olahan dan kuliner rumahan di Kecamatan Karang Bahagia memiliki potensi besar, didukung ketersediaan bahan baku lokal, keterampilan produksi, dan peluang pasar. Namun, mitra masih menghadapi kendala dalam standar produksi dan higienitas, legalitas, manajemen dan pencatatan keuangan, pemasaran digital, branding, serta akses jaringan kemitraan. Kegiatan pengabdian kepada masyarakat ini bertujuan meningkatkan kompetensi UMKM dalam produksi, manajemen, dan pemasaran sekaligus memperkuat jaringan kemitraan untuk meningkatkan daya saing dan keberlanjutan usaha. Metode pelaksanaan dilakukan secara partisipatif melalui sosialisasi dan identifikasi kondisi awal, pelatihan, penerapan teknologi tepat guna, pendampingan, evaluasi, dan penguatan keberlanjutan. Materi meliputi legalitas usaha, Good Manufacturing Practices (GMP), sanitasi dan higienitas, pencatatan keuangan, HPP, perencanaan usaha, pemasaran digital, dan branding. Penerapan teknologi dilakukan melalui SOP berbasis checklist, alat pengemasan sederhana, pencatatan keuangan, serta pemanfaatan media sosial dan marketplace. Luaran yang ditargetkan meliputi peningkatan kapasitas dan daya saing UMKM, penerapan perangkat pendukung usaha, perluasan jejaring kemitraan, serta publikasi ilmiah hasil kegiatan.

PENDAHULUAN

Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah (UMKM) memiliki peran strategis dalam perekonomian Indonesia sebagai penyerap tenaga kerja, penggerak ekonomi lokal, serta penopang ketahanan ekonomi nasional (Chairani et al., 2025). Namun, di tengah dinamika persaingan pasar yang semakin kompleks baik akibat digitalisasi, globalisasi, maupun perubahan perilaku konsumen UMKM menghadapi berbagai tantangan yang menghambat pengembangan usahanya. Oleh karena itu, penguatan kompetensi pelaku UMKM dan perluasan jaringan kemitraan menjadi langkah strategis dalam meningkatkan daya saing dan keberlanjutan usaha (Azis et al., 2021; Fitriyani et al., 2025).

Mitra dalam kegiatan pengabdian kepada masyarakat ini adalah UMKM yang bergerak di sektor pangan olahan dan usaha kuliner rumahan di Kecamatan Karang Bahagia. Secara umum, UMKM mitra memiliki potensi yang cukup besar dilihat dari ketersediaan bahan baku lokal, keterampilan dasar produksi, serta adanya pasar yang terus berkembang, terutama di wilayah perkotaan dan penyangga industri. Selain itu, meningkatnya tren konsumsi makanan siap saji dan produk olahan memberikan peluang besar bagi UMKM untuk berkembang.

Dari sisi hulu, sebagian besar mitra telah memiliki kemampuan dasar dalam proses produksi, seperti pengolahan bahan baku, teknik memasak, hingga pengemasan sederhana. Namun demikian, proses produksi masih dilakukan secara tradisional dengan standar operasional yang belum terdokumentasi dengan baik. Hal ini berdampak pada ketidakkonsistenan kualitas produk serta rendahnya efisiensi produksi. Selain itu, aspek higienitas dan standar keamanan pangan seperti penerapan Good Manufacturing Practices (GMP) dan Hazard Analysis Critical Control Point (HACCP) masih belum optimal.

Dari sisi hilir, Berdasarkan hasil analisis situasi dan kesepakatan dengan mitra sasaran, yaitu pelaku UMKM sektor pangan olahan dan kuliner rumahan, terdapat beberapa permasalahan prioritas yang perlu ditangani secara terintegrasi dari aspek hulu hingga hilir usaha, yang mencakup bidang produksi, manajemen usaha, dan pemasaran. Pada aspek produksi, permasalahan utama terletak pada belum optimalnya penerapan standar proses produksi yang baik dan konsisten. Proses produksi yang dilakukan masih bersifat tradisional dan belum memiliki Standar Operasional Prosedur (SOP) tertulis, sehingga kualitas produk yang dihasilkan belum seragam. Standard Operating Procedures (SOP) merupakan dokumen formal yang menjelaskan langkah-langkah standar dalam suatu proses untuk menjamin konsistensi kualitas dan efisiensi operasional (Halya et al., 2025). Selain itu, penerapan higienitas dan sanitasi masih belum sesuai dengan standar keamanan pangan seperti Good Manufacturing Practices (GMP), yang berpotensi menurunkan kualitas dan keamanan produk. Keterbatasan penggunaan teknologi produksi sederhana juga menyebabkan rendahnya efisiensi dan kapasitas produksi, serta pengemasan produk yang masih sederhana belum mampu meningkatkan daya tarik maupun daya tahan produk di pasar (Halya et al., 2025).

Pada aspek manajemen usaha, permasalahan utama yang dihadapi mitra adalah rendahnya kapasitas dalam pengelolaan usaha secara profesional. Hal ini ditunjukkan dengan pencatatan keuangan yang masih sederhana dan belum terstruktur, sehingga pelaku usaha mengalami kesulitan dalam mengetahui kondisi keuangan secara akurat, termasuk laba dan rugi usaha. Selain itu, mitra juga belum memiliki kemampuan yang memadai dalam perencanaan usaha, seperti perhitungan harga pokok produksi (HPP), penentuan harga jual yang kompetitif, serta strategi pengembangan usaha jangka panjang. Permasalahan

lain yang cukup krusial adalah minimnya pemahaman terkait aspek legalitas usaha, seperti Nomor Induk Berusaha (NIB), sertifikasi halal, dan izin edar produk, yang sebenarnya sangat penting dalam meningkatkan kepercayaan konsumen dan akses pasar. Di samping itu, pelaku UMKM juga belum memiliki kemampuan dalam mengelola risiko usaha, sehingga rentan terhadap perubahan kondisi pasar dan ketidakpastian ekonomi (Nento et al., 2025).

Sementara itu, pada aspek pemasaran sebagai bagian hilir usaha, mitra menghadapi kendala dalam memperluas jangkauan pasar dan meningkatkan daya saing produk. Keterbatasan literasi digital menyebabkan pemanfaatan media sosial dan marketplace sebagai sarana pemasaran belum optimal. Branding produk juga masih lemah, yang terlihat dari desain kemasan yang kurang menarik serta belum adanya identitas merek yang kuat dan konsisten. Jangkauan pemasaran yang masih terbatas pada lingkungan sekitar mengakibatkan potensi pasar yang lebih luas belum dapat dimanfaatkan secara maksimal. Selain itu, mitra juga mengalami keterbatasan dalam membangun dan mengakses jaringan kemitraan, baik dengan distributor, reseller, maupun komunitas bisnis, yang sebenarnya dapat menjadi faktor penting dalam mendukung pertumbuhan usaha (Azzahra, 2025; Marselina et al., 2024).

Permasalahan-permasalahan tersebut telah ditetapkan sebagai prioritas utama berdasarkan kesepakatan bersama mitra, karena memiliki dampak langsung terhadap keberlangsungan dan pengembangan usaha. Oleh karena itu, diperlukan upaya penanganan yang komprehensif dan berkelanjutan melalui pendekatan pemberdayaan yang berfokus pada peningkatan kompetensi pelaku UMKM serta penguatan jaringan kemitraan, sehingga diharapkan mampu meningkatkan kapasitas usaha dan daya saing UMKM di tengah persaingan pasar yang semakin ketat.

Berdasarkan kondisi tersebut, dapat diidentifikasi beberapa permasalahan utama mitra, yaitu: (1) rendahnya kompetensi dalam manajemen usaha dan produksi; (2) keterbatasan dalam pemasaran digital dan branding; (3) minimnya akses terhadap jaringan kemitraan; serta (4) belum optimalnya pemenuhan aspek legalitas dan standar usaha.

Tujuan utama dari kegiatan pengabdian kepada masyarakat ini adalah untuk meningkatkan kompetensi pelaku UMKM dalam aspek manajerial, produksi, dan pemasaran, serta memperluas jaringan kemitraan yang dapat mendukung pengembangan usaha secara berkelanjutan. Secara khusus, kegiatan ini bertujuan untuk: (1) meningkatkan kemampuan UMKM dalam menerapkan standar produksi yang baik; (2) mengoptimalkan strategi pemasaran berbasis digital; (3) memperkuat branding dan daya saing produk; serta (4) membangun jejaring kemitraan dengan berbagai pihak, seperti distributor, komunitas bisnis, dan lembaga pendukung UMKM.

Kegiatan ini memiliki keterkaitan yang erat dengan kebijakan Merdeka Belajar Kampus Merdeka (MBKM), khususnya dalam memberikan kesempatan kepada mahasiswa untuk terlibat langsung dalam kegiatan pemberdayaan masyarakat. Mahasiswa dapat berperan sebagai pendamping UMKM dalam proses identifikasi masalah, perumusan solusi, hingga implementasi program. Hal ini tidak hanya memberikan pengalaman praktis bagi mahasiswa, tetapi juga meningkatkan relevansi pembelajaran dengan kebutuhan dunia nyata.

Selain itu, kegiatan ini juga mendukung pencapaian Indikator Kinerja Utama (IKU) perguruan tinggi, terutama IKU terkait keterlibatan dosen dalam kegiatan di luar kampus dan kontribusi nyata kepada masyarakat. Program pengabdian ini menjadi sarana bagi dosen untuk mengimplementasikan keilmuan secara langsung serta menghasilkan luaran yang berdampak, seperti peningkatan kapasitas

UMKM dan publikasi ilmiah. Fokus pengabdian kepada masyarakat dalam kegiatan ini adalah pemberdayaan ekonomi berbasis komunitas dengan pendekatan partisipatif. Mitra tidak hanya menjadi objek, tetapi juga subjek dalam kegiatan, sehingga diharapkan terjadi transfer pengetahuan dan peningkatan kapasitas yang berkelanjutan. Pendekatan ini juga mendorong terciptanya kemandirian UMKM dalam mengelola dan mengembangkan usahanya. Selain aspek kompetensi dan kemitraan, kegiatan ini juga mempertimbangkan pentingnya inovasi produk dan adaptasi terhadap perubahan pasar. Dalam era digital, UMKM dituntut untuk lebih responsif terhadap tren dan kebutuhan konsumen. Oleh karena itu, pendampingan dalam pengembangan produk inovatif dan pemanfaatan teknologi menjadi bagian penting dalam program ini. Lebih lanjut, keberlanjutan program menjadi perhatian utama dengan mendorong terbentuknya komunitas atau forum UMKM sebagai wadah berbagi informasi dan kolaborasi. Dengan adanya komunitas yang solid, diharapkan UMKM dapat saling mendukung dan memperkuat posisi mereka dalam menghadapi persaingan pasar.

Dengan demikian, kegiatan pengabdian kepada masyarakat ini diharapkan dapat memberikan kontribusi nyata dalam meningkatkan daya saing UMKM melalui penguatan kompetensi dan jaringan kemitraan, sehingga mampu bertahan dan berkembang di tengah persaingan pasar yang semakin ketat.

METODE PELAKSANAAN

Metode pelaksanaan kegiatan pengabdian kepada masyarakat ini dirancang secara sistematis, partisipatif, dan berkelanjutan untuk memastikan solusi yang ditawarkan dapat diimplementasikan secara efektif dalam mengatasi permasalahan mitra, khususnya pada aspek produksi, manajemen usaha, dan pemasaran. Tahapan pelaksanaan kegiatan meliputi sosialisasi, pelatihan, penerapan teknologi, pendampingan dan evaluasi, serta keberlanjutan program.

Tahap pertama adalah sosialisasi, yang bertujuan untuk menyamakan persepsi antara tim pengusul dan mitra terkait tujuan, manfaat, serta mekanisme pelaksanaan kegiatan. Pada tahap ini dilakukan pertemuan awal dengan mitra untuk memaparkan rencana program, mengidentifikasi kebutuhan secara lebih spesifik, serta menyepakati permasalahan prioritas yang akan ditangani. Selain itu, dilakukan juga pengumpulan data awal (baseline) terkait kondisi usaha mitra, seperti kapasitas produksi, sistem manajemen, dan strategi pemasaran yang digunakan. Sosialisasi ini menjadi penting untuk membangun komitmen dan partisipasi aktif mitra dalam seluruh rangkaian kegiatan.

Tahap kedua adalah pelatihan, yang merupakan inti dari proses peningkatan kompetensi mitra. Pelatihan dilakukan secara bertahap sesuai dengan bidang permasalahan yang dihadapi. Pada aspek produksi, pelatihan meliputi penyusunan dan implementasi Standar Operasional Prosedur (SOP), penerapan Good Manufacturing Practices (GMP), serta sanitasi dan higienitas pangan. Pada aspek manajemen usaha, pelatihan mencakup pencatatan keuangan sederhana, penyusunan laporan keuangan, perhitungan harga pokok produksi (HPP), serta perencanaan usaha. Sementara pada aspek pemasaran, pelatihan difokuskan pada strategi pemasaran digital, pembuatan konten promosi, serta penguatan branding produk. Metode pelatihan dilakukan secara interaktif melalui ceramah, diskusi, studi kasus, dan praktik langsung, sehingga mitra tidak hanya memahami konsep tetapi juga mampu mengaplikasikannya.

Tahap ketiga adalah penerapan teknologi, yang bertujuan untuk meningkatkan efisiensi dan efektivitas usaha mitra. Teknologi yang diterapkan bersifat tepat guna dan disesuaikan dengan kebutuhan

serta kapasitas mitra. Pada aspek produksi, penerapan teknologi dilakukan melalui penggunaan alat produksi sederhana yang lebih efisien, serta perbaikan sistem pengemasan produk. Pada aspek manajemen, mitra diperkenalkan dengan penggunaan aplikasi sederhana untuk pencatatan keuangan. Sementara pada aspek pemasaran, teknologi yang diterapkan berupa pemanfaatan platform digital seperti media sosial dan marketplace untuk memperluas jangkauan pasar. Tim pengusul akan memberikan pendampingan langsung dalam proses implementasi teknologi ini agar dapat digunakan secara optimal oleh mitra.

Tahap keempat adalah pendampingan dan evaluasi, yang dilakukan secara intensif untuk memastikan keberhasilan implementasi program. Pendampingan dilakukan secara berkala melalui kunjungan langsung maupun komunikasi daring untuk memantau perkembangan usaha mitra, memberikan solusi atas kendala yang dihadapi, serta memastikan bahwa materi pelatihan telah diterapkan dengan baik. Evaluasi dilakukan dengan membandingkan kondisi awal (baseline) dengan kondisi setelah program dilaksanakan, menggunakan indikator capaian yang telah ditetapkan, seperti peningkatan kapasitas produksi, kualitas produk, kemampuan manajemen, dan jangkauan pemasaran. Evaluasi ini juga melibatkan umpan balik dari mitra untuk mengetahui tingkat kepuasan dan efektivitas program.

Tahap kelima adalah keberlanjutan program, yang bertujuan untuk memastikan bahwa manfaat kegiatan dapat dirasakan dalam jangka panjang. Upaya keberlanjutan dilakukan dengan mendorong terbentuknya komunitas atau kelompok UMKM sebagai wadah berbagi pengalaman dan informasi. Selain itu, mitra juga didorong untuk menjalin kemitraan dengan berbagai pihak, seperti distributor, reseller, dan lembaga pendukung UMKM. Tim pengusul juga akan memberikan rekomendasi strategi pengembangan usaha ke depan serta membuka peluang kolaborasi lanjutan, baik dalam bentuk penelitian maupun pengabdian.

Partisipasi mitra dalam kegiatan ini sangat penting dan bersifat aktif. Mitra terlibat sejak tahap perencanaan, pelaksanaan, hingga evaluasi program. Mitra berperan sebagai subjek yang tidak hanya menerima manfaat, tetapi juga berkontribusi dalam memberikan informasi, mengikuti pelatihan, serta mengimplementasikan solusi yang diberikan. Komitmen mitra menjadi salah satu faktor kunci keberhasilan program ini.

Dalam pelaksanaan kegiatan, tim pengusul terdiri dari dosen dengan kompetensi di bidang manajemen usaha, pemasaran, dan produksi pangan. Setiap anggota tim memiliki peran dan tugas yang jelas sesuai dengan keahliannya. Ketua tim bertanggung jawab dalam koordinasi keseluruhan kegiatan, perencanaan program, serta evaluasi. Anggota tim yang memiliki keahlian di bidang produksi bertugas memberikan pelatihan dan pendampingan terkait SOP dan GMP. Anggota yang berfokus pada manajemen bertugas dalam pelatihan keuangan dan perencanaan usaha. Sementara itu, anggota yang memiliki keahlian di bidang pemasaran bertanggung jawab dalam pelatihan digital marketing dan branding produk. Mahasiswa dilibatkan sebagai bagian dari implementasi program MBKM, dengan tugas membantu proses pendampingan, dokumentasi kegiatan, serta pengumpulan dan analisis data.

Dengan metode pelaksanaan yang sistematis, partisipatif, dan berkelanjutan, kegiatan pengabdian ini diharapkan mampu memberikan dampak nyata dalam meningkatkan kapasitas dan daya saing UMKM, serta menciptakan model pemberdayaan yang dapat direplikasi di wilayah lain.

HASIL DAN PEMBAHASAN

Kegiatan pengabdian kepada masyarakat ini dilaksanakan melibatkan pelaku UMKM sektor pangan olahan dan kuliner rumahan di Kecamatan Karang Bahagia. Kegiatan dirancang secara intensif melalui rangkaian sosialisasi, penyampaian materi, diskusi, praktik, serta evaluasi kegiatan.

Kegiatan diawali dengan pembukaan dan penyampaian tujuan kegiatan kepada peserta. Tim pelaksana menjelaskan pentingnya penguatan kompetensi pelaku UMKM dalam menghadapi persaingan pasar, terutama dalam aspek pengelolaan produksi, manajemen usaha, pemasaran, branding, serta pengembangan jaringan kemitraan. Selanjutnya dilakukan penyampaian materi yang disesuaikan dengan permasalahan umum yang dihadapi oleh mitra. Materi meliputi penerapan Standar Operasional Prosedur (SOP), prinsip dasar Good Manufacturing Practices (GMP), sanitasi dan higienitas produksi, pencatatan keuangan sederhana, perhitungan Harga Pokok Produksi (HPP), pemasaran digital, branding, serta pentingnya membangun jaringan kemitraan dengan berbagai pihak. Metode penyampaian dilakukan secara interaktif melalui pemaparan materi, diskusi, tanya jawab, studi kasus, dan praktik sederhana. Pendekatan tersebut digunakan agar peserta tidak hanya memperoleh pengetahuan secara teoritis, tetapi juga dapat menghubungkan materi dengan kondisi usaha yang mereka jalankan. Kegiatan ditutup dengan sesi refleksi dan evaluasi melalui diskusi bersama. Evaluasi dilakukan secara deskriptif berdasarkan keaktifan peserta, kemampuan mengikuti praktik, pertanyaan yang disampaikan, serta tanggapan peserta terhadap materi dan kegiatan yang telah dilaksanakan. Partisipasi mitra dalam kegiatan terlihat melalui keterlibatan peserta sejak awal hingga akhir kegiatan. Peserta mengikuti seluruh rangkaian kegiatan yang meliputi penyampaian materi, diskusi, tanya jawab, dan praktik.



Gambar 1. Dokumentasi foto Sosialisasi & Diskusi Bersama

Keterlibatan peserta terutama terlihat pada sesi diskusi dan konsultasi, ketika peserta menyampaikan berbagai permasalahan yang berkaitan dengan pengelolaan usaha. Beberapa topik yang menjadi perhatian peserta antara lain pengelolaan biaya produksi, penentuan harga jual, pencatatan keuangan, pemasaran melalui media digital, pengemasan produk, branding, serta pengembangan jaringan pemasaran. Partisipasi

aktif tersebut menunjukkan adanya kebutuhan dan ketertarikan mitra terhadap materi yang diberikan. Interaksi dua arah antara tim pelaksana dan peserta juga membantu mengidentifikasi permasalahan usaha secara lebih kontekstual sehingga materi yang disampaikan dapat dikaitkan dengan kondisi nyata yang dihadapi oleh pelaku UMKM.

Evaluasi kegiatan dilakukan secara deskriptif melalui observasi selama kegiatan, keterlibatan peserta dalam diskusi dan praktik, serta tanggapan peserta terhadap materi yang diberikan. Hasil pelaksanaan menunjukkan bahwa permasalahan UMKM tidak hanya berkaitan dengan kemampuan menghasilkan produk, tetapi juga dengan kemampuan mengelola usaha secara terstruktur dan mengembangkan akses pasar. Oleh karena itu, penguatan kompetensi perlu dilakukan secara terpadu dengan penguatan jaringan kemitraan

Pelaksanaan kegiatan dalam satu hari menjadi tahap awal untuk memberikan pemahaman dan keterampilan praktis kepada mitra. Materi produksi, manajemen, pemasaran, branding, dan kemitraan saling berkaitan dalam mendukung peningkatan daya saing UMKM. Pemahaman mengenai HPP, misalnya, dapat membantu pelaku usaha dalam menentukan harga jual secara lebih rasional, sementara pemahaman pemasaran digital dan branding dapat membantu memperluas peluang pemasaran.

Di sisi lain, jaringan kemitraan menjadi faktor pendukung yang penting karena pelaku UMKM membutuhkan akses terhadap pasar, informasi, sumber daya, komunitas, maupun lembaga pendukung usaha. Dengan demikian, kegiatan pengabdian ini tidak hanya diarahkan pada peningkatan kemampuan internal mitra, tetapi juga pada peningkatan kesadaran mengenai pentingnya membangun hubungan dan kolaborasi dengan pihak eksternal.

Secara keseluruhan, kegiatan pengabdian telah terlaksana sesuai dengan tujuan yang direncanakan, yaitu memberikan penguatan kompetensi dan wawasan kepada pelaku UMKM sebagai dasar untuk meningkatkan kemampuan pengelolaan usaha dan menghadapi persaingan pasar. Hasil kegiatan yang bersifat jangka pendek berupa peningkatan pemahaman dan kesadaran peserta, sedangkan dampak jangka panjang terhadap kinerja usaha perlu dilihat melalui penerapan materi secara berkelanjutan.

Berdasarkan hasil observasi, peserta menunjukkan ketertarikan terhadap materi yang berkaitan langsung dengan aktivitas usaha sehari-hari. Diskusi berlangsung secara interaktif, terutama pada materi pencatatan keuangan, perhitungan HPP, pemasaran digital, dan pengembangan jaringan kemitraan. Evaluasi juga menunjukkan bahwa pendekatan praktik dan studi kasus lebih mudah diterima peserta karena memungkinkan mereka menghubungkan materi dengan kondisi usaha masing-masing. Dengan demikian, kegiatan tidak hanya memberikan informasi, tetapi juga memberikan pemahaman praktis yang dapat menjadi dasar bagi peserta untuk melakukan perbaikan pengelolaan usaha.

Secara keseluruhan, kegiatan telah memberikan penguatan awal terhadap kompetensi mitra, khususnya dalam memahami pentingnya pengelolaan usaha yang lebih terstruktur, pemanfaatan pemasaran digital, penguatan branding, serta pengembangan jaringan kemitraan. Namun, karena kegiatan hanya dilakukan dalam satu hari, keberlanjutan penerapan hasil kegiatan masih memerlukan upaya mandiri dari mitra dan, apabila memungkinkan, monitoring atau pendampingan lanjutan.

KESIMPULAN

Kegiatan pengabdian kepada masyarakat ini telah dilaksanakan dengan melibatkan pelaku UMKM sektor pangan olahan dan kuliner rumahan di Kecamatan Karang Bahagia. Kegiatan dilaksanakan secara intensif dalam satu hari melalui penyampaian materi, diskusi, praktik, dan evaluasi kegiatan yang mencakup aspek produksi, manajemen usaha, pemasaran, branding, serta penguatan jaringan kemitraan. Hasil pelaksanaan menunjukkan bahwa kegiatan memberikan tambahan pemahaman dan wawasan kepada mitra mengenai pentingnya pengelolaan usaha yang lebih terstruktur, penerapan SOP dan prinsip higienitas, pencatatan keuangan dan perhitungan HPP, pemanfaatan pemasaran digital, penguatan branding, serta pengembangan jaringan kemitraan.

Dampak langsung kegiatan terhadap mitra terlihat dari meningkatnya kesadaran dan pemahaman peserta terhadap berbagai aspek yang mendukung daya saing usaha. Peserta juga memperoleh pengetahuan praktis yang dapat diterapkan dalam kegiatan usaha sehari-hari. Namun, karena kegiatan dilaksanakan dalam satu hari, dampak jangka panjang seperti peningkatan omzet, kapasitas produksi, perluasan pasar, peningkatan kualitas produk, maupun terbentuknya kemitraan formal belum dapat diukur secara langsung dan memerlukan proses penerapan serta pemantauan lebih lanjut.

Sebagai tindak lanjut, mitra direkomendasikan untuk menerapkan secara bertahap materi dan praktik yang telah diberikan, terutama dalam penyusunan SOP, pencatatan keuangan, perhitungan HPP, penguatan branding, dan pemanfaatan media digital untuk pemasaran. Mitra juga perlu secara aktif membangun jaringan dengan reseller, distributor, komunitas UMKM, lembaga pemerintah, perguruan tinggi, dan pihak lain yang dapat mendukung pengembangan usaha. Keberlanjutan program diarahkan melalui penerapan mandiri oleh mitra serta monitoring dan pendampingan lanjutan apabila tersedia, sehingga pengetahuan yang diperoleh dalam kegiatan satu hari dapat berkembang menjadi praktik usaha yang berkelanjutan dan memberikan dampak yang lebih nyata terhadap daya saing UMKM.

DAFTAR PUSTAKA

- Azis, M., Hasan, M., Azis, F., & Arisah, N. (2021). *Keberlanjutan Usaha Dan Daya Saing UMKM Melalui Strategi Pemasaran : Studi Kasus Pada Bisnis Kuliner*. 1419–1432.
- Azzahra, W. (2025). *Analisis Sistem Kemitraan Sebagai Strategi Optimalisasi Pangsa Pasar Dalam Bisnis Fashion Muslim Perspektif Ekonomi Islam (Studi Kasus Dzeera Bisnis Fashion Muslim Di Kabupaten Cilacap)*.
- Chairani, N., Zasmin, N., Raisuli, R., & Rosidi, A. R. (2025). *Peran Sektor UMKM Dalam Menekan Inflasi Dan Menyerap Tenaga Kerja Di Surabaya*.
- Fitriyani, I., Haryadi, W., Karmeli, E., & Rahman, R. (2025). *Strategi Penguatan Kompetensi Sebagai Upaya Mendapatkan Kemudahan Pendanaan*. 4(2), 9022–9026.
- Halya, W., Putri, A., Soedarto, T., & Wijayati, P. D. (2025). *ANALISIS IMPLEMENTASI TOTAL QUALITY MANAGEMENT DAN*. 2748(105).

- Marselina, R. D., Khanifihaya, H., Nisaulhaq, M., & Rivaldi, S. (2024). Strategi Komunikasi Dan Kolaborasi Jaringan Bisnis Dalam Mengembangkan Usaha Baru Mango Elixirs. *Jurnal Anggaran : Jurnal Publikasi Ekonomi Dan Akuntansi*, 2(1).
- Nento, H. P., Lahasan, R. D., & Salim, T. A. (2025). Pengaruh Manajemen Resiko Terhadap Stabilitas Keuangan Usaha Umkm Dalam Situasi Ekonomi Yang Tidak Menentu. *Jurnal Manajemen Keuangan Sektor Publik (J-MKSP)*, 1(April), 1–12.