

Pemberdayaan Pelaku UMKM melalui Penguatan Kompetensi Manajerial dan Adaptasi Digital

Muhammad Kosim¹, Windi², Muhadar Putih³, Denny Saputera⁴, Sifa Amalia Afifah⁵

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

Kewirausahaan, Fakultas Ekonomi Bisnis, Universitas Pelita Bangsa, Kabupaten Bekasi, Indonesia²

Manajemen, Fakultas Ekonomi Bisnis, Universitas Pelita Bangsa, Kabupaten Bekasi, Indonesia³

Perdagangan Internasional, Fakultas Ekonomi Bisnis, Universitas Widyatama, Bandung, Indonesia⁴

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



Email Korespondensi: muhammadkosim@pelitabangsa.ac.id

INFO ARTIKEL

Histori Artikel:

Diterima 02-08-2026

Disetujui 10-08-2026

Diterbitkan 12-08-2026

Katakunci:

UMKM; kompetensi manajerial; adaptasi digital; pemasaran digital; pemberdayaan.

ABSTRAK

Pelaku Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah (UMKM) di Kabupaten Bekasi memiliki potensi pengembangan yang besar, namun masih menghadapi kendala dalam kompetensi manajerial, pengelolaan keuangan, perencanaan usaha, standardisasi produksi, dan pemanfaatan teknologi digital. Kegiatan pengabdian kepada masyarakat ini bertujuan meningkatkan kapasitas pelaku UMKM melalui penguatan kompetensi manajerial dan adaptasi digital agar pengelolaan usaha lebih terstruktur dan adaptif terhadap perkembangan pasar. Kegiatan dilaksanakan dalam satu hari dengan pendekatan partisipatif, edukatif, dan aplikatif melalui sosialisasi, diskusi, studi kasus, praktik, dan evaluasi. Materi meliputi pencatatan keuangan sederhana, *business plan*, SOP dan *Good Manufacturing Practices* (GMP), branding, pembuatan konten, serta pemanfaatan media sosial dan marketplace. Hasil kegiatan menunjukkan peningkatan pemahaman dan keterampilan awal mitra dalam pengelolaan usaha dan pemanfaatan teknologi digital. Mitra juga memperoleh instrumen pendukung berupa format pencatatan keuangan, konsep SOP produksi, dan materi pemasaran digital. Karena kegiatan dilaksanakan dalam satu hari, peningkatan omzet, produksi, dan penjualan digital belum dapat diukur secara kuantitatif. Luaran kegiatan berupa peningkatan kapasitas mitra, dokumentasi, dan naskah artikel ilmiah sebagai bentuk diseminasi hasil pengabdian.

PENDAHULUAN

Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah (UMKM) memiliki peran strategis dalam mendorong pertumbuhan ekonomi nasional, khususnya dalam penyerapan tenaga kerja, peningkatan kesejahteraan masyarakat, serta pemerataan ekonomi di tingkat lokal (Vinatra et al., 2023). Namun demikian, dalam praktiknya, pelaku UMKM masih menghadapi berbagai tantangan yang menghambat pengembangan usaha, terutama dalam aspek kompetensi manajerial dan kemampuan beradaptasi terhadap perkembangan teknologi digital (BRIN, 2025). Kondisi ini juga terlihat pada mitra dalam kegiatan pengabdian kepada masyarakat ini, yaitu kelompok pelaku UMKM di wilayah Kab. Bekasi yang memiliki potensi ekonomi cukup besar namun belum dikelola secara optimal. Secara geografis, Kabupaten Bekasi didukung oleh kepadatan penduduk usia produktif, akses pasar yang cukup terbuka, serta kedekatan dengan pusat aktivitas ekonomi, sehingga memiliki peluang besar untuk pengembangan usaha berbasis masyarakat.

Berdasarkan hasil observasi dan identifikasi awal, kondisi eksisting mitra menunjukkan bahwa sebagian besar pelaku UMKM masih menjalankan usaha secara konvensional. Dari aspek hulu, pengadaan bahan baku masih bergantung pada pemasok lokal tanpa adanya perencanaan kebutuhan yang sistematis, sehingga sering terjadi ketidakstabilan harga dan kualitas bahan baku. Pada aspek proses, pengelolaan usaha belum didukung oleh sistem manajemen yang baik, terutama dalam hal pencatatan keuangan, perencanaan usaha, serta pengelolaan operasional. Sebagian besar pelaku UMKM masih mencampurkan keuangan usaha dengan keuangan pribadi, sehingga sulit untuk mengukur kinerja usaha secara objektif. Selain itu, dari aspek hilir, pemasaran produk masih didominasi oleh metode tradisional seperti penjualan langsung dan promosi dari mulut ke mulut, sementara pemanfaatan platform digital seperti media sosial dan marketplace masih sangat terbatas. Kondisi ini berdampak pada rendahnya jangkauan pasar dan daya saing produk. Dari sisi sumber daya manusia, pelaku UMKM umumnya memiliki keterampilan teknis dalam produksi, namun masih memiliki keterbatasan dalam kompetensi manajerial dan literasi digital. Rendahnya pemahaman terhadap strategi bisnis, branding, serta penggunaan teknologi menjadi salah satu faktor penghambat dalam pengembangan usaha yang lebih kompetitif dan berkelanjutan (Maria et al., 2024).

Berdasarkan hasil observasi lapangan, wawancara, dan kesepakatan bersama mitra sasaran, yaitu pelaku UMKM yang tergolong masyarakat produktif secara ekonomi, diperoleh beberapa permasalahan prioritas yang menjadi fokus penanganan dalam kegiatan pengabdian kepada masyarakat ini. Permasalahan tersebut mencakup aspek produksi, manajemen usaha, dan pemasaran yang saling terintegrasi dari hulu hingga hilir. Penetapan prioritas ini dilakukan dengan mempertimbangkan tingkat urgensi, dampak terhadap keberlanjutan usaha, serta kesiapan mitra dalam menerima intervensi program.

Permasalahan prioritas pertama terletak pada aspek produksi. Mitra masih menghadapi keterbatasan dalam menjaga konsistensi kualitas produk yang dihasilkan. Hal ini disebabkan oleh belum adanya standar operasional prosedur (SOP) yang terdokumentasi dengan baik, sehingga proses produksi cenderung bergantung pada kebiasaan dan pengalaman individu. Pentingnya implementasi SOP yang konsisten dalam meningkatkan efisiensi kerja dan mutu hasil produksi UMKM (Yuwono et al., 2025). Selain itu, pengelolaan bahan baku belum dilakukan secara terencana, baik dari segi pemilihan pemasok, penyimpanan, maupun pengendalian kualitas bahan. Sub permasalahan yang muncul meliputi ketidakseragaman rasa dan kualitas produk, potensi pemborosan bahan baku, serta belum optimalnya penerapan prinsip higienitas dan keamanan pangan dalam proses produksi.

Permasalahan prioritas kedua terdapat pada aspek manajemen usaha. Sebagian besar pelaku UMKM belum memiliki sistem pengelolaan usaha yang terstruktur, terutama dalam hal pencatatan keuangan dan perencanaan bisnis. Keuangan usaha masih bercampur dengan keuangan pribadi, sehingga mitra mengalami kesulitan dalam mengidentifikasi keuntungan, arus kas, serta kebutuhan pengembangan usaha. Ketika keuangan usaha dan pribadi tidak dipisahkan, pemilik usaha akan kesulitan menghitung keuntungan yang sebenarnya diperoleh. Akibatnya, proses evaluasi dan pengambilan keputusan usaha menjadi kurang efektif (Yuwono et al., 2025). Selain itu, kemampuan dalam menyusun perencanaan usaha, pengelolaan sumber daya manusia, serta pengambilan keputusan berbasis data masih sangat terbatas. Sub permasalahan dalam aspek ini meliputi tidak adanya laporan keuangan sederhana, rendahnya literasi keuangan, belum adanya perencanaan usaha jangka pendek maupun jangka panjang, serta lemahnya pengelolaan operasional usaha secara sistematis.

Permasalahan prioritas ketiga berada pada aspek pemasaran dan adaptasi digital. Mitra masih mengandalkan metode pemasaran konvensional dengan jangkauan yang terbatas, sehingga pertumbuhan usaha cenderung stagnan. Pemanfaatan teknologi digital seperti media sosial, marketplace, maupun platform digital lainnya belum dilakukan secara optimal. Hal ini disebabkan oleh rendahnya literasi digital serta kurangnya pemahaman mengenai strategi pemasaran digital yang efektif. Sub permasalahan yang teridentifikasi meliputi belum adanya branding produk yang kuat, keterbatasan dalam pembuatan konten promosi yang menarik, minimnya pemanfaatan platform digital untuk penjualan, serta belum adanya strategi pemasaran yang terintegrasi. Literasi digital berpengaruh besar terhadap kinerja UMKM, keunggulan kompetitif berpengaruh besar terhadap kinerja UMKM, dan literasi digital berpengaruh besar terhadap kinerja UMKM melalui keunggulan kompetitif (Yuwono et al., 2025).

Permasalahan prioritas tersebut menunjukkan adanya kebutuhan mendesak untuk meningkatkan kapasitas mitra secara komprehensif, baik dari sisi teknis produksi, manajerial, maupun pemasaran berbasis digital. Oleh karena itu, seluruh permasalahan yang telah diidentifikasi ini telah dikonfirmasi dan disepakati bersama mitra sebagai fokus utama yang akan ditangani melalui kegiatan pengabdian kepada masyarakat, dengan harapan mampu memberikan dampak nyata terhadap peningkatan kinerja dan keberlanjutan usaha UMKM.

Kegiatan pengabdian kepada masyarakat ini bertujuan untuk meningkatkan kapasitas pelaku UMKM melalui penguatan kompetensi manajerial dan adaptasi digital. Melalui kegiatan ini, diharapkan pelaku UMKM mampu memahami dan menerapkan manajemen usaha yang lebih baik, termasuk dalam perencanaan bisnis, pencatatan keuangan, dan pengelolaan operasional, serta mampu memanfaatkan teknologi digital untuk memperluas jangkauan pasar dan meningkatkan daya saing produk. Selain itu, kegiatan ini juga bertujuan untuk membantu mitra dalam menyusun sistem usaha yang lebih terstruktur dan berkelanjutan, sehingga mampu meningkatkan kinerja usaha secara nyata.

Pelaksanaan kegiatan ini memiliki keterkaitan yang erat dengan program Merdeka Belajar Kampus Merdeka (MBKM), khususnya dalam mendukung pembelajaran berbasis pengalaman melalui keterlibatan mahasiswa secara langsung dalam kegiatan pemberdayaan masyarakat. Mahasiswa tidak hanya memperoleh pemahaman teoritis, tetapi juga pengalaman praktis dalam mengidentifikasi permasalahan dan merumuskan solusi yang aplikatif di lapangan. Di sisi lain, kegiatan ini juga mendukung pencapaian Indikator Kinerja Utama (IKU) perguruan tinggi, terutama dalam meningkatkan keterlibatan dosen dan mahasiswa dalam kegiatan di luar kampus, serta mendorong pemanfaatan hasil kerja akademik untuk

memberikan dampak nyata bagi masyarakat. Dengan demikian, kegiatan ini tidak hanya berkontribusi terhadap peningkatan kapasitas mitra, tetapi juga terhadap peningkatan kualitas pembelajaran dan kinerja institusi pendidikan tinggi.

Sebagai bagian dari upaya keberlanjutan, kegiatan ini dirancang dengan pendekatan partisipatif yang melibatkan mitra secara aktif dalam setiap tahapan kegiatan, mulai dari identifikasi masalah hingga implementasi solusi. Pendekatan ini diharapkan dapat meningkatkan rasa memiliki terhadap program serta mendorong kemandirian mitra dalam mengembangkan usahanya. Selain itu, pemanfaatan teknologi digital dan pembentukan pola pendampingan yang berkelanjutan menjadi strategi penting dalam memastikan bahwa hasil dari kegiatan pengabdian ini tidak hanya bersifat jangka pendek, tetapi juga mampu memberikan dampak jangka panjang bagi penguatan ekonomi masyarakat berbasis UMKM.

METODE PELAKSANAAN

Metode pelaksanaan kegiatan pengabdian kepada masyarakat ini dirancang secara sistematis dan terintegrasi untuk menjawab permasalahan mitra yang bergerak di bidang ekonomi produktif, khususnya pada aspek produksi, manajemen usaha, dan pemasaran. Pelaksanaan kegiatan dilakukan selama empat bulan dengan pendekatan partisipatif, edukatif, dan aplikatif, sehingga mitra tidak hanya memperoleh pengetahuan, tetapi juga mampu mengimplementasikan secara langsung dalam kegiatan usahanya. Tahapan pelaksanaan meliputi sosialisasi, pelatihan, penerapan teknologi, pendampingan dan evaluasi, serta keberlanjutan program.

Tahap pertama adalah sosialisasi program yang dilakukan pada awal kegiatan sebagai langkah awal untuk membangun pemahaman bersama antara tim pengusul dan mitra. Kegiatan sosialisasi dilakukan melalui pertemuan langsung dengan pelaku UMKM Naik Kelas di Kab.Bekasi yang menjadi sasaran program. Dalam tahap ini disampaikan tujuan, manfaat, serta rencana kegiatan yang akan dilaksanakan selama program berlangsung. Selain itu, dilakukan juga diskusi untuk mengidentifikasi kebutuhan spesifik mitra serta menyepakati permasalahan prioritas yang akan ditangani. Tahap ini sangat penting untuk memastikan adanya kesamaan persepsi dan komitmen antara tim pelaksana dan mitra, serta mendorong partisipasi aktif mitra dalam seluruh rangkaian kegiatan.

Tahap kedua adalah pelatihan yang difokuskan pada peningkatan kapasitas mitra sesuai dengan permasalahan yang telah diidentifikasi. Pada aspek produksi, pelatihan meliputi penyusunan dan penerapan Standar Operasional Prosedur (SOP) produksi serta penerapan prinsip Good Manufacturing Practices (GMP) untuk meningkatkan kualitas dan higienitas produk. Pada aspek manajemen usaha, pelatihan mencakup pencatatan keuangan sederhana, pemisahan keuangan usaha dan pribadi, serta penyusunan perencanaan bisnis. Sementara pada aspek pemasaran, pelatihan difokuskan pada strategi pemasaran digital, termasuk pembuatan akun bisnis, branding produk, teknik fotografi produk, serta pembuatan konten promosi. Metode pelatihan dilakukan secara interaktif melalui ceramah, diskusi, studi kasus, dan praktik langsung agar mudah dipahami dan diterapkan oleh mitra.

Tahap ketiga adalah penerapan teknologi yang merupakan tindak lanjut dari kegiatan pelatihan. Pada tahap ini, mitra didampingi untuk mengimplementasikan teknologi yang relevan dengan kebutuhan usaha, khususnya dalam aspek digitalisasi pemasaran dan manajemen usaha. Penerapan teknologi meliputi penggunaan aplikasi sederhana untuk pencatatan keuangan, pemanfaatan media sosial dan

marketplace sebagai sarana pemasaran, serta penggunaan alat bantu produksi yang mendukung efisiensi dan kualitas produk. Tim pengusul memberikan panduan teknis serta contoh implementasi yang dapat langsung diadaptasi oleh mitra sesuai dengan kondisi usahanya. Tahap ini bertujuan untuk memastikan bahwa teknologi yang diperkenalkan benar-benar digunakan dan memberikan manfaat nyata bagi mitra.

Tahap keempat adalah pendampingan dan evaluasi yang dilakukan secara intensif selama program berlangsung. Pendampingan dilakukan secara berkala baik melalui kunjungan langsung maupun komunikasi daring untuk memantau perkembangan mitra dalam menerapkan solusi yang telah diberikan. Dalam tahap ini, tim pengusul memberikan bimbingan lanjutan, membantu menyelesaikan kendala yang dihadapi, serta memastikan bahwa setiap tahapan berjalan sesuai dengan rencana. Evaluasi dilakukan dengan mengukur capaian indikator yang telah ditetapkan, seperti peningkatan kualitas produk, keberadaan pencatatan keuangan, serta peningkatan aktivitas pemasaran digital. Evaluasi dilakukan secara formatif dan sumatif untuk melihat efektivitas program serta melakukan perbaikan jika diperlukan.

Tahap kelima adalah keberlanjutan program yang dirancang untuk memastikan bahwa dampak kegiatan tetap berlanjut setelah program selesai dilaksanakan. Strategi keberlanjutan dilakukan melalui pembentukan kelompok atau komunitas UMKM sebagai wadah berbagi informasi dan pengalaman, serta pemanfaatan platform digital sebagai sarana komunikasi dan pemasaran yang berkelanjutan. Selain itu, mitra didorong untuk terus mengembangkan usaha secara mandiri dengan memanfaatkan pengetahuan dan keterampilan yang telah diperoleh selama program. Tim pengusul juga membuka peluang untuk pendampingan lanjutan secara terbatas serta menjalin kerja sama dengan pihak terkait seperti pemerintah daerah atau lembaga pendukung UMKM. Partisipasi mitra dalam kegiatan ini bersifat aktif dan kolaboratif. Mitra terlibat dalam setiap tahapan kegiatan, mulai dari identifikasi permasalahan, pelaksanaan pelatihan, hingga penerapan dan evaluasi program. Mitra juga berperan sebagai subjek yang secara langsung mengimplementasikan solusi dalam kegiatan usahanya, sehingga keberhasilan program sangat bergantung pada tingkat keterlibatan dan komitmen mitra. Evaluasi pelaksanaan program dilakukan dengan membandingkan kondisi awal dan kondisi akhir mitra berdasarkan indikator yang telah ditetapkan. Evaluasi mencakup aspek kuantitatif, seperti peningkatan jumlah produksi, omzet, dan penggunaan media digital, serta aspek kualitatif, seperti peningkatan pemahaman dan keterampilan mitra. Hasil evaluasi digunakan sebagai dasar untuk menilai keberhasilan program serta merumuskan rekomendasi untuk pengembangan kegiatan selanjutnya.

Dalam pelaksanaan kegiatan ini, tim pengusul terdiri dari dosen yang memiliki kompetensi di bidang manajemen usaha, pemasaran, dan kewirausahaan, serta didukung oleh mahasiswa yang terlibat dalam program MBKM. Dosen berperan dalam perencanaan, pelaksanaan pelatihan, serta pendampingan teknis kepada mitra, sedangkan mahasiswa berperan sebagai fasilitator lapangan yang membantu dalam pelaksanaan kegiatan, pengumpulan data, serta pendampingan mitra secara langsung. Pembagian tugas ini disesuaikan dengan kompetensi masing-masing anggota tim sehingga pelaksanaan program dapat berjalan secara efektif dan optimal. Dengan metode pelaksanaan yang sistematis, partisipatif, dan berkelanjutan ini, diharapkan solusi yang ditawarkan dapat diimplementasikan secara optimal oleh mitra, sehingga mampu meningkatkan kapasitas usaha dan daya saing UMKM secara nyata dalam jangka panjang.

HASIL DAN PEMBAHASAN

Kegiatan pengabdian kepada masyarakat ini dilaksanakan dalam satu hari secara tatap muka bersama pelaku UMKM di wilayah Kabupaten Bekasi. Kegiatan ini dilaksanakan sebagai bentuk intervensi langsung terhadap permasalahan yang telah diidentifikasi pada tahap awal, khususnya terkait keterbatasan kompetensi manajerial, pengelolaan usaha, serta kemampuan pelaku UMKM dalam memanfaatkan teknologi digital. Berdasarkan kondisi awal yang menjadi dasar program, sebagian pelaku UMKM masih menjalankan usaha secara konvensional, dengan pengelolaan bahan baku yang belum terencana, pencatatan keuangan yang belum sistematis, pencampuran keuangan usaha dan pribadi, serta pemanfaatan media sosial dan marketplace yang masih terbatas.

Pelaksanaan kegiatan dilakukan dengan pendekatan partisipatif, edukatif, dan aplikatif, sehingga kegiatan tidak hanya berorientasi pada penyampaian pengetahuan, tetapi juga memberikan kesempatan kepada mitra untuk mendiskusikan permasalahan dan mempraktikkan materi yang diberikan. Rangkaian kegiatan dimulai dengan pembukaan, pengenalan tujuan program, serta penyampaian gambaran mengenai pentingnya penguatan kompetensi manajerial dan adaptasi digital bagi keberlanjutan usaha. Selanjutnya dilakukan penggalan kondisi dan permasalahan yang dialami peserta melalui diskusi interaktif. Tahap ini penting karena permasalahan UMKM tidak hanya berada pada satu aspek, tetapi saling berkaitan mulai dari proses produksi, pengelolaan keuangan, hingga pemasaran. Proposal kegiatan juga menetapkan bahwa permasalahan prioritas mitra mencakup aspek produksi, manajemen usaha, dan pemasaran yang terintegrasi dari hulu hingga hilir.

Pada aspek produksi, materi diarahkan pada pentingnya standarisasi proses melalui penyusunan dan penerapan Standar Operasional Prosedur (SOP) serta pengenalan prinsip *Good Manufacturing Practices* (GMP). Peserta diberikan pemahaman bahwa konsistensi kualitas produk tidak cukup hanya mengandalkan pengalaman individu, tetapi perlu didukung oleh prosedur tertulis yang dapat digunakan secara konsisten oleh tenaga kerja. Materi juga mengarahkan peserta untuk memperhatikan pemilihan bahan baku, proses pengolahan, pengendalian kualitas, pengemasan, penyimpanan, serta pengelolaan bahan baku untuk mengurangi pemborosan. Penerapan SOP memberikan manfaat untuk meningkatkan efektivitas kerja perusahaan, seperti membuat proses lebih efisien, mengurangi kemungkinan kesalahan dan kontaminasi, serta mempertahankan kualitas produk (Riestu et al., 2026). Solusi tersebut sesuai dengan rancangan program yang menargetkan tersusunnya SOP produksi, peningkatan konsistensi kualitas, dan efisiensi penggunaan bahan baku. Pada aspek manajemen usaha, kegiatan difokuskan pada peningkatan kemampuan peserta dalam melakukan pencatatan keuangan sederhana berbasis kas, memisahkan keuangan usaha dengan keuangan pribadi, memahami kondisi arus kas, serta mengenali konsep dasar laporan laba rugi. Peserta juga diperkenalkan pada penyusunan *business plan* yang mencakup analisis pasar, strategi operasional, dan proyeksi keuangan. Materi disampaikan dengan menggunakan contoh sederhana yang dekat dengan aktivitas usaha peserta sehingga konsep manajemen yang bersifat teoritis dapat diterjemahkan menjadi kegiatan yang dapat dilakukan dalam operasional sehari-hari. Hal ini secara langsung menjawab kondisi awal mitra yang masih mengalami kesulitan dalam mengidentifikasi keuntungan, arus kas, dan kebutuhan pengembangan usaha akibat belum adanya sistem pencatatan yang terstruktur.

Selanjutnya, pada aspek pemasaran dan adaptasi digital, peserta diberikan pemahaman mengenai perubahan perilaku konsumen dan pentingnya memanfaatkan media digital untuk memperluas jangkauan pasar. Melalui platform digital, produk yang ditawarkan oleh UMKM tidak hanya dapat dipasarkan

di tingkat lokal, tetapi juga berpotensi menjangkau pasar yang lebih besar (Harahap et al., 2026). Peningkatan keterlibatan konsumen di media sosial juga menunjukkan bahwa penerapan konten kreatif berhasil menarik perhatian audiens yang lebih luas (Fauzi et al., 2025). Materi meliputi pengenalan akun bisnis, branding produk, pembuatan konten promosi, teknik fotografi produk sederhana, serta pemanfaatan media sosial dan marketplace. Inovasi produk dan strategi pemasaran digital yang adaptif menjadi kekuatan utama dalam mempertahankan eksistensi di tengah persaingan usaha kuliner yang semakin ketat, dengan kehadiran di platform seperti Instagram dan TikTok yang tidak hanya meningkatkan *brand awareness*, tetapi juga berdampak positif terhadap peningkatan jumlah pelanggan (Wati, 2025). Peserta tidak hanya diberikan pemahaman mengenai fungsi media digital, tetapi juga diarahkan untuk melihat bagaimana produk dapat ditampilkan secara lebih menarik melalui visual, informasi produk, katalog, dan komunikasi dengan pelanggan. Pemanfaatan teknologi yang dirancang dalam proposal meliputi Instagram, WhatsApp Business, marketplace, serta penggunaan mini studio sederhana untuk menghasilkan foto produk yang lebih menarik.

Partisipasi mitra dalam kegiatan berlangsung secara aktif. Peserta terlibat dalam proses diskusi, menyampaikan pengalaman dan kendala yang dihadapi dalam menjalankan usaha, serta mengikuti praktik yang diberikan oleh tim pengabdian. Interaksi dua arah menjadi bagian penting dalam kegiatan karena materi tidak disampaikan secara satu arah, tetapi dikaitkan dengan kondisi nyata usaha peserta. Peserta diberikan ruang untuk mengidentifikasi permasalahan masing-masing, mendiskusikan alternatif penyelesaian, dan memahami langkah yang dapat dilakukan secara bertahap setelah kegiatan berakhir. Pola ini sesuai dengan rancangan program yang menempatkan mitra sebagai subjek yang terlibat mulai dari identifikasi permasalahan, pelatihan, penerapan, sampai evaluasi.

Pada akhir kegiatan, peserta tidak hanya memperoleh materi dalam bentuk pengetahuan, tetapi juga memperoleh pemahaman mengenai bentuk SOP produksi, format pencatatan keuangan sederhana, komponen dasar *business plan*, serta strategi dasar pengelolaan media digital untuk pemasaran. Dengan demikian, hasil kegiatan lebih tepat diposisikan sebagai peningkatan kapasitas awal dan kesiapan implementasi, bukan sebagai perubahan kinerja usaha dalam jangka panjang.

Perubahan kondisi mitra setelah mengikuti kegiatan terlihat terutama pada peningkatan pemahaman dan kesiapan untuk menerapkan praktik pengelolaan usaha yang lebih terstruktur. Sebelum kegiatan, permasalahan utama yang ditemukan meliputi belum tersedianya sistem pencatatan keuangan sederhana, masih bercampurnya keuangan pribadi dengan keuangan usaha, belum sistematisnya perencanaan bisnis, serta terbatasnya pemanfaatan media digital untuk pemasaran. Pada aspek produksi, mitra juga menghadapi permasalahan berupa belum terdokumentasinya SOP, ketidakseragaman proses dan kualitas produk, serta pengelolaan bahan baku yang belum optimal. Setelah kegiatan, peserta memperoleh pemahaman yang lebih baik mengenai hubungan antara pengelolaan internal usaha dan pengembangan pasar. Mitra mulai memahami bahwa pencatatan keuangan diperlukan untuk mengetahui kondisi usaha secara objektif, SOP diperlukan untuk menjaga konsistensi proses, sedangkan pemanfaatan media digital diperlukan untuk memperluas jangkauan pemasaran. Dengan demikian, terjadi perubahan pola pemahaman dari pengelolaan usaha yang cenderung berdasarkan kebiasaan menuju pengelolaan yang mulai diarahkan pada standarisasi, pencatatan, perencanaan, dan pemanfaatan teknologi.

Secara ringkas, perubahan kondisi mitra dapat digambarkan sebagai berikut:

Aspek	Kondisi Sebelum Kegiatan	Kondisi Setelah Kegiatan
Produksi	Proses produksi masih banyak bergantung pada pengalaman dan kebiasaan	Mitra memahami pentingnya SOP dan prinsip GMP untuk menjaga konsistensi proses
Bahan baku	Perencanaan kebutuhan dan pengendalian bahan belum optimal	Mitra memahami pentingnya perencanaan kebutuhan, pemilihan pemasok, dan penyimpanan
Keuangan	Keuangan usaha dan pribadi masih berpotensi tercampur	Mitra memahami pentingnya pemisahan keuangan usaha dan pribadi
Pencatatan	Belum tersedia pencatatan yang sistematis	Mitra memahami mekanisme pencatatan pemasukan dan pengeluaran sederhana
Perencanaan usaha	Belum tersusun secara sistematis	Mitra memahami komponen dasar <i>business plan</i>
Pemasaran	Masih dominan menggunakan pemasaran konvensional	Mitra memahami strategi pemasaran melalui media digital
Branding	Identitas dan komunikasi produk belum optimal	Mitra memahami pentingnya branding dan tampilan produk
Digitalisasi	Pemanfaatan media sosial/marketplace masih terbatas	Mitra memperoleh keterampilan awal dalam pemanfaatan media digital

Evaluasi hasil kegiatan dilakukan pada akhir sesi melalui observasi, tanya jawab, diskusi, dan praktik. Evaluasi diarahkan untuk melihat sejauh mana peserta memahami materi yang disampaikan dan mampu menghubungkan materi dengan kondisi usahanya. Indikator yang diamati meliputi pemahaman terhadap pentingnya SOP dan GMP, kemampuan memahami konsep pencatatan keuangan sederhana, pemahaman terhadap penyusunan *business plan*, serta pemahaman mengenai pemanfaatan media sosial dan marketplace untuk pemasaran. Pendekatan evaluasi tersebut sesuai dengan proposal yang menetapkan pengukuran aspek kuantitatif dan kualitatif, termasuk penggunaan media digital serta peningkatan pemahaman dan keterampilan mitra. Berdasarkan hasil evaluasi selama kegiatan, peserta menunjukkan respons positif terhadap materi yang diberikan dan mampu mengikuti proses diskusi serta praktik. Peserta juga dapat mengidentifikasi beberapa kelemahan dalam pengelolaan usaha masing-masing dan memahami alternatif perbaikan yang dapat dilakukan. Pada aspek manajerial, peserta memperoleh pemahaman mengenai pentingnya memiliki catatan keuangan sebagai dasar pengambilan keputusan. Pada aspek digital, peserta memperoleh wawasan mengenai penggunaan media sosial dan marketplace bukan hanya sebagai media promosi, tetapi sebagai bagian dari strategi pengembangan pasar. Sementara pada aspek produksi, peserta memahami pentingnya standardisasi proses dan penerapan prinsip produksi yang baik untuk menjaga kualitas dan higienitas.

Secara keseluruhan, pelaksanaan kegiatan satu hari telah menghasilkan tiga capaian utama, yaitu meningkatnya pemahaman mitra mengenai pengelolaan usaha secara lebih terstruktur, meningkatnya

pemahaman awal mengenai pemanfaatan teknologi digital untuk mendukung pemasaran dan pengelolaan usaha, serta tersedianya dasar instrumen yang dapat digunakan mitra untuk melakukan perbaikan, berupa konsep SOP produksi, pencatatan keuangan sederhana, perencanaan usaha, dan strategi pemasaran digital. Capaian tersebut menjadi fondasi awal bagi keberlanjutan program, karena penerapan secara konsisten setelah kegiatan merupakan tahap penting untuk mengubah peningkatan pengetahuan menjadi perubahan kinerja usaha. Proposal juga menempatkan keberlanjutan melalui pemanfaatan platform digital dan pengembangan komunitas UMKM sebagai bagian dari strategi menjaga dampak program setelah kegiatan selesai.

KESIMPULAN

Kegiatan pengabdian kepada masyarakat ini telah dilaksanakan dalam satu hari dengan pendekatan partisipatif, edukatif, dan aplikatif. Kegiatan memberikan pemahaman dan keterampilan awal kepada mitra dalam aspek pengelolaan usaha, pencatatan keuangan sederhana, perencanaan bisnis, standardisasi proses produksi, serta pemanfaatan media sosial dan marketplace untuk mendukung pemasaran.

Dampak kegiatan terhadap mitra terlihat dari meningkatnya pemahaman mengenai pentingnya pengelolaan usaha yang lebih terstruktur, pemisahan keuangan usaha dan pribadi, penyusunan SOP, serta pemanfaatan teknologi digital dalam pemasaran. Mitra juga memperoleh instrumen sederhana yang dapat digunakan sebagai dasar penerapan hasil pelatihan dalam kegiatan usaha sehari-hari. Karena kegiatan ini dilaksanakan dalam satu hari, dampak terhadap peningkatan omzet, produksi, dan penjualan digital belum dapat diukur secara kuantitatif.

Sebagai tindak lanjut, mitra direkomendasikan untuk menerapkan secara konsisten pencatatan keuangan, SOP produksi, dan strategi pemasaran digital yang telah diperkenalkan. Keberlanjutan program diarahkan melalui pendampingan dan monitoring berkala, evaluasi penerapan instrumen, serta pemanfaatan media digital sebagai sarana komunikasi, promosi, dan pengembangan pasar. Pembentukan jejaring atau komunitas UMKM juga dapat dikembangkan sebagai wadah berbagi pengalaman dan informasi sehingga hasil kegiatan dapat terus diterapkan dan dikembangkan setelah program selesai.

DAFTAR PUSTAKA

- BRIN. (2025). *BRIN Soroti Rendahnya Adopsi Teknologi Digital oleh UMKM Indonesia*.
- Fauzi, I., Made, N., & Pratiwi, I. (2025). *Strategi Branding Online melalui Konten Kreatif untuk Meningkatkan Daya Saing Produk Rawon Kluwek Surabaya*. 3, 95–103.
- Harahap, L. M., Nuraina, A. L., Kartika, R., Zuhra, N., Manurung, I. S., & Irfandi, M. (2026). STRATEGI ADAPTASI UMKM DALAM MENGHADAPI PERUBAHAN PERILAKU KONSUMEN DI ERA EKONOMI DIGITAL. *Jurnal Ilmiah Ekonomi Dan Manajemen (JIEM)*, 4(4), 122–135.
- Maria, V., Situmeang, T., & Ardana, R. F. (2024). Strategi Pengembangan Usaha Mikro Kecil Menengah (UMKM) Berbasis Ekonomi Kreatif di Kecamatan Serang, Kabupaten Serang. *SAMMAJIVA: Jurnal Penelitian Bisnis Dan Manajemen*, 2(2).
- Riestu, O. D., Jumhuriyah, T., Rizky, N., Firnanda, D., & Sudarso, S. (2026). *Exploration of the Implementation of Standard Operating Procedures (SOPs) in the Production Process at J & C*

-
- Cookies Bandung Eksplorasi Penerapan Standard Operating Procedure (SOP) dalam Proses Produksi di J & C Cookies Bandung. 0672(c), 71–93.*
- Vinatra, S., Bisnis, A., Veteran, U., & Timur, J. (2023). Peran Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah (UMKM) dalam Kesejahteraan Perekonomian Negara dan Masyarakat. *Jurnal Akuntan Publik*, 1(3), 1–08. <https://doi.org/10.59581/jap-widyakarya.v1i1.832>
- Wati, M. (2025). *PEMANFAATAN MEDIA SOSIAL SEBAGAI STRATEGI*. 3(7).
- Yuwono, V. K., Soediro, M., & Grasielda, I. (2025). *Pengaruh Penerapan SOP terhadap Efektivitas Kinerja Internal dan Dampaknya terhadap Kualitas Produk UMKM Kuliner di Surabaya*. 11(1), 59–66.