

---

## PENGUATAN KAPASITAS USAHA DAN AKSELERASI PADA UMKM KEMASAKAN KARDUS DI DESA WONOKERTO BARAT

Aditya Surya Nanda<sup>1</sup>, Erwan Aristyanto<sup>2</sup>, Achmad Zaki Fadhil<sup>3</sup>

<sup>1</sup>Universitas Wijaya Putra

<sup>2</sup> Universitas Wijaya Putra

<sup>3</sup> Universitas Wijaya Putra

adityasurya@uwp.ac.id, erwanaristyanto@uwp.ac.id,  
achmadzaki@uwp.ac.id

---

### Abstrak

Program pengabdian kepada masyarakat ini dilaksanakan untuk meningkatkan kapasitas usaha pada UMKM pembuatan kardus kemasan sepatu milik Ibu Kartiasih di Desa Wonokerto Barat. UMKM ini menghadapi beberapa permasalahan utama, yaitu belum memiliki izin usaha resmi, pemasaran yang masih dilakukan secara konvensional, serta pencatatan keuangan yang belum terstruktur. Melalui kegiatan pendampingan, tim memberikan bantuan dalam pembuatan izin usaha berbasis OSS sehingga mitra memiliki legalitas usaha yang sah. Pada aspek pemasaran, dilakukan pelatihan penggunaan media digital seperti WhatsApp Business, Instagram, dan marketplace guna meningkatkan promosi serta jangkauan pasar. Sementara pada bidang keuangan, mitra dilatih menyusun laporan keuangan sederhana berupa buku kas harian dan arus kas agar mampu memisahkan keuangan pribadi dan usaha. Hasil kegiatan menunjukkan peningkatan kemampuan mitra dalam mengelola usaha secara lebih profesional, terciptanya legalitas usaha, pemasaran digital yang aktif, dan sistem pencatatan keuangan yang lebih tertata. Program ini diharapkan menjadi langkah awal dalam memperkuat daya saing UMKM dan mendukung keberlanjutan usaha di era digital.

**Kata Kunci :** Pengabdian Masyarakat, Penguatan Usaha, Akselerasi Ekonomi, UMKM, Packaging

---

### PENDAHULUAN

Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah (UMKM) merupakan salah satu pilar utama dalam perekonomian Indonesia (Widhajati & Wulandari, 2021). Peran UMKM sangat vital karena mampu menyerap tenaga kerja dalam jumlah besar, memperkuat ekonomi lokal, serta menjadi wadah bagi tumbuhnya jiwa kewirausahaan masyarakat. Akselerasi ekonomi

bagi Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah (UMKM) merupakan upaya strategis untuk mempercepat pertumbuhan dan penguatan daya saing sektor UMKM agar mampu berkontribusi lebih signifikan terhadap perekonomian nasional maupun daerah (Kemenkeu, 2023). Akselerasi dilakukan melalui berbagai pendekatan seperti pelatihan keterampilan manajerial, pemanfaatan teknologi digital, peningkatan kualitas produk, serta akses

pembiayaan dan pasar yang lebih luas. UMKM yang diberdayakan secara sistematis dan berkelanjutan akan mampu naik kelas, dari usaha bertahan hidup menjadi usaha yang produktif dan kompetitif (Ghassani, 2015). Di tengah tantangan global dan disrupsi digital, akselerasi ekonomi menjadi krusial agar UMKM tidak tertinggal, tetapi justru menjadi motor inovasi dan pendorong pertumbuhan ekonomi inklusif. Melalui dukungan dari akademisi, pemerintah, dan sektor swasta, akselerasi ekonomi UMKM dapat mendorong terwujudnya kemandirian usaha rakyat yang tangguh, adaptif, dan berdaya saing tinggi (Faizah, 2019). Dengan pendekatan yang terfokus pada penguatan manajemen usaha, strategi pemasaran digital, dan pencatatan keuangan sederhana, program ini diharapkan tidak hanya menyelesaikan permasalahan eksisting mitra, tetapi juga menciptakan fondasi yang kuat untuk pertumbuhan usaha secara berkelanjutan (Hertati et al., 2021). Usaha kemasan kardus milik Ibu Kartiasih memiliki potensi besar untuk berkembang menjadi penyedia packaging lokal yang profesional, efisien, dan kompetitif jika didukung oleh sistem usaha yang kuat dan adaptif terhadap era digital.

Analisis Situasi Desa Wonokerto Barat, yang berada di Kecamatan Prambon, Kabupaten Sidoarjo, merupakan kawasan strategis yang dekat dengan pusat Kabupaten Sidoarjo dan Kota Surabaya. Lokasinya yang dilalui jalur antar-kabupaten menjadikan wilayah ini sangat potensial dalam pengembangan ekonomi lokal berbasis UMKM (Setiawan, 2023). Akses jalan utama yang terhubung ke kota besar mendukung proses distribusi barang, termasuk kemasan kardus yang diproduksi oleh mitra (Netrawati et al., 2019). Infrastruktur yang memadai dan kedekatannya dengan sentra bahan baku (seperti pasar dan toko bahan percetakan) menjadi kekuatan tersendiri bagi pengembangan usaha kemasan berbasis rumah tangga.

Produk kardus packaging merupakan salah satu bentuk kebutuhan utama dalam dunia usaha

modern, terutama bagi pelaku UMKM yang membutuhkan kemasan ekonomis, kuat, dan dapat dicetak sesuai kebutuhan produk. Mitra dalam kegiatan pengabdian ini adalah Ibu Kartiasih,



*Gambar 1 Lokasi Usaha Mitra*

pelaku usaha mikro yang memproduksi kardus kemasan berbahan dasar karton untuk kebutuhan box sepatu, kemasan fashion lokal, hingga makanan ringan. Usaha ini telah dirintis selama lebih dari lima tahun dan dikerjakan bersama tiga orang pegawai harian. Pengalaman dan kontinuitas usaha menjadi bukti bahwa potensi usaha mitra sangat kuat. Namun demikian, tantangan yang dihadapi tidak sedikit karena banyak pelaku serupa bermunculan di wilayah sekitarnya, dan pasar yang dituju semakin kompetitif.



*Gambar 2 Kegiatan Pemotongan untuk Packaging*

Usaha milik Ibu Kartiasih yang berada di Desa Wonokerto Barat, Kabupaten Sidoarjo,

merupakan salah satu bentuk usaha mikro yang bergerak di bidang pembuatan kemasan kardus. Usaha ini telah berjalan cukup lama dan dikerjakan bersama tiga orang pegawai. Meskipun usahanya terus berjalan, namun masih ada beberapa kendala penting yang perlu segera ditangani agar usaha bisa berkembang lebih baik. Salah satu kendala utama adalah belum adanya izin usaha secara resmi.

Hingga saat ini, mitra belum memiliki Nomor Induk Berusaha (NIB) atau surat izin usaha lainnya. Padahal, legalitas sangat penting agar usaha dapat diakui secara hukum dan dapat mengakses berbagai bantuan atau program dari pemerintah, seperti pelatihan, pendanaan, atau kemitraan. Dari sisi pemasaran, usaha kemasan kardus ini masih dilakukan secara sederhana. Mitra hanya mengandalkan pesanan dari kenalan atau pelanggan lama. Usahanya belum dipasarkan secara online dan belum memiliki akun media sosial seperti WhatsApp Bisnis, Facebook, atau Instagram. Mitra belum memiliki katalog produk secara digital yang dapat membantu mempromosikan jenis dan ukuran kardus yang ditawarkan. Hal ini menyebabkan produk hanya dikenal oleh lingkungan sekitar saja dan belum menjangkau pasar yang lebih luas, padahal permintaan terhadap kemasan kardus dari pelaku UMKM lain cukup besar.



*Gambar 3 Produk Kemasan Hasil Produksi Mitra*

Mitra dalam pemasaran tidak bisa hanya mengandalkan cara-cara lama seperti menunggu pelanggan datang sendiri atau menyebarkan

informasi dari mulut ke mulut (Park et al., 2021). Mitra perlu mulai memanfaatkan media sosial dan marketplace agar usaha bisa dikenal oleh lebih banyak orang. Media sosial seperti WhatsApp Bisnis, Facebook dapat digunakan secara gratis untuk mengenalkan produk kemasan kardus yang dibuat. Misalnya, dengan mengunggah foto produk, testimoni pelanggan, proses pembuatan, dan informasi harga, maka orang-orang bisa langsung melihat produk mitra tanpa harus datang ke tempat usaha. Cara ini sangat efektif karena hampir semua orang sekarang aktif menggunakan media sosial setiap hari. Dengan memanfaatkan media sosial, mitra bisa membangun komunikasi langsung dengan calon pembeli. Contohnya, melalui WhatsApp Bisnis, mitra bisa memberikan respon cepat kepada pelanggan, menyimpan katalog produk, dan menampilkan informasi usaha dengan rapi, seperti jam buka, alamat, dan daftar harga. Fitur-fitur seperti ini membuat usaha terlihat lebih profesional dan dipercaya.

Selain media sosial, marketplace penting untuk dimanfaatkan. Dengan masuk ke marketplace, produk kemasan kardus bisa diakses oleh pembeli dari berbagai kota, bahkan luar provinsi (Pangiuk, 2021). Marketplace sudah menyediakan sistem pembayaran, pengiriman, dan promosi otomatis yang bisa sangat membantu pelaku UMKM. Melalui pemasaran digital, mitra juga bisa menjangkau pasar yang lebih luas tanpa harus membuka toko fisik di banyak tempat. Biaya promosi pun bisa ditekan karena tidak perlu mencetak brosur atau menyewa tempat iklan. Cukup dengan handphone dan internet, mitra bisa memasarkan produk kapan saja dan di mana saja. Ini juga membuka peluang untuk menjalin kerja sama dengan UMKM lain yang membutuhkan kemasan, karena mereka bisa lebih mudah menemukan usaha mitra secara online. Promosi yang baik melalui media sosial dan marketplace juga akan membantu membangun citra usaha yang positif dan terpercaya. Konsumen yang melihat usaha aktif di media sosial biasanya akan lebih yakin untuk membeli, karena mereka bisa melihat aktivitas usaha, ulasan pelanggan lain, dan keberlangsungan bisnis.

Permasalahan lainnya ada pada pencatatan keuangan usaha. Salah satu hal yang sangat penting namun sering diabaikan oleh pelaku UMKM adalah pembuatan laporan keuangan yang sederhana dan teratur (Faradiza, 2024). Mitra dalam pencatatan dan pelaporan keuangan belum dilakukan dengan benar. Selama ini, semua transaksi keuangan hanya dicatat secara acak atau bahkan hanya diingat tanpa ditulis. Keuangan pribadi dan keuangan usaha masih tercampur, sehingga Mitra tidak memiliki gambaran yang jelas tentang apakah usahanya menghasilkan keuntungan atau mengalami kerugian (Saputri & Pratama, 2025). Kondisi ini sangat berisiko bagi keberlanjutan usaha, karena keputusan-keputusan penting seperti pengembangan usaha, pembelian bahan baku, atau penetapan harga jual tidak didasarkan pada data yang akurat. Pembuatan laporan keuangan sangat penting karena dapat membantu mitra untuk mengetahui kondisi riil usaha secara berkala (Yuliyati et al., 2020).

Dengan adanya pencatatan pemasukan dan pengeluaran harian, mitra bisa mengetahui berapa jumlah penjualan setiap bulan, biaya operasional yang dikeluarkan, serta margin keuntungan bersih yang diperoleh. Laporan ini juga dapat digunakan untuk mengevaluasi strategi usaha misalnya, bulan mana penjualan meningkat atau menurun, serta faktor apa yang memengaruhi perubahan tersebut. Lebih lanjut, laporan keuangan juga membantu mitra membedakan antara keuangan usaha dan kebutuhan pribadi (Sulistyowati, 2022). Hal ini penting agar modal usaha tidak habis digunakan untuk keperluan rumah tangga, yang secara tidak langsung bisa melemahkan keberlanjutan usaha. Pemisahan ini juga membantu dalam pengambilan keputusan, misalnya saat menentukan berapa persen keuntungan yang bisa diputar kembali sebagai modal, atau digunakan untuk keperluan lainnya.

Kebutuhan internal, laporan keuangan juga sangat dibutuhkan saat mitra ingin mengakses pembiayaan dari lembaga keuangan seperti koperasi, atau perbankan. Institusi keuangan biasanya akan meminta data keuangan usaha sebagai dasar pertimbangan sebelum memberikan pinjaman. Jika mitra tidak memiliki laporan

keuangan yang rapi dan akurat, maka kemungkinan besar akan sulit mendapatkan akses permodalan karena dianggap tidak mampu mengelola keuangan dengan baik. Dengan kata lain, pembuatan laporan keuangan bukan hanya untuk mencatat angka, tetapi menjadi dasar penting dalam membangun usaha yang profesional, sehat, dan berkelanjutan. Pencatatan pemasukan dan pengeluaran secara manual di buku biasa, tanpa format yang jelas (Zakkiyah, 2021). Jika dibiarkan, hal ini bisa menyulitkan usaha untuk berkembang karena tidak ada informasi keuangan yang bisa digunakan untuk mengambil keputusan penting. Kondisi ini menunjukkan bahwa mitra sangat membutuhkan pelatihan sederhana tentang pencatatan keuangan, agar bisa mengelola keuangan usahanya dengan lebih baik dan terpisah dari keuangan pribadi.

Teknologi Tepat Guna (TTG) yang diberikan kepada mitra berupa alat berbasis media digital. TTG ini dirancang untuk menjawab kebutuhan mitra dalam dua aspek penting, yaitu pemasaran digital dan pencatatan keuangan usaha secara sederhana namun efisien. Keduanya sangat penting untuk mendukung keberlanjutan usaha dan meningkatkan daya saing UMKM di era digital saat ini (Faizah, 2019).

Aspek pemasaran, mitra akan didampingi untuk memanfaatkan media sosial seperti Facebook, dan WhatsApp Bisnis sebagai sarana promosi usaha. Media sosial dipilih karena mudah diakses, tidak membutuhkan biaya besar, dan sangat efektif untuk menjangkau calon pelanggan baru (Wibowo, 2023). Melalui pelatihan sederhana, mitra akan diajarkan cara membuat akun usaha, mengunggah foto produk kemasan kardus, menambahkan deskripsi produk, harga, dan cara pemesanan. Sementara itu, pada aspek keuangan, mitra akan dibekali template laporan keuangan digital berbasis Excel. Template ini sudah disesuaikan dengan kebutuhan UMKM, dilengkapi rumus otomatis untuk menghitung pemasukan, pengeluaran, dan laba bersih per bulan. Mitra cukup mengisi data harian, dan laporan keuangan akan terbentuk secara otomatis.

Mitra juga akan diperkenalkan dengan aplikasi kas sederhana berbasis Android, seperti BukuKas atau Catatan Keuangan Harian, yang bisa diunduh gratis di ponsel. Aplikasi ini membantu mitra mencatat transaksi langsung dari HP, tanpa harus menggunakan buku tulis atau komputer. Hal ini penting untuk mencegah terjadinya pencampuran antara uang pribadi dan uang usaha, serta memudahkan mitra mengetahui perkembangan usaha dari waktu ke waktu. TTG berbasis media digital ini sangat sesuai dengan kondisi UMKM mitra yang belum memiliki sistem pemasaran dan pencatatan keuangan yang memadai.

Teknologi yang tepat guna, mudah digunakan, dan bisa diakses dari perangkat sederhana seperti HP Android, mitra diharapkan dapat menjalankan usahanya secara lebih profesional dan modern. Penerapan TTG digital ini diharapkan menjadi langkah awal untuk transformasi usaha kecil menuju UMKM yang lebih mandiri, adaptif, dan berdaya saing tinggi di tengah tantangan zaman yang serba digital.

**METODE**

Metode pelaksanaan terdiri dari persiapan pelaksanaan, monitoring, dan evaluasi. Indikator keberhasilan dijelaskan pada gambar dibawah ini



*Gambar 4 Metode pelaksanaan program pemberdayaan masyarakat*

Sosialisasi kepada mitra merupakan proses penyampaian informasi, pengetahuan, serta kebijakan yang berkaitan dengan usaha mikro, kecil, dan menengah (UMKM) kepada para pelaku usaha, masyarakat, dan pemangku kepentingan lainnya. Kegiatan ini bertujuan untuk memperluas

wawasan, meningkatkan kemampuan, serta membangun kesadaran kolektif mengenai peran strategis UMKM dalam perekonomian nasional, sekaligus mendorong pertumbuhan dan pengembangan usaha mereka. Sementara itu, pelatihan untuk mitra dirancang sebagai serangkaian aktivitas edukatif yang bertujuan untuk meningkatkan kapasitas pengetahuan dan keterampilan para pelaku UMKM.

Tujuan dari pelatihan ini adalah membekali mitra dengan kompetensi dalam pengelolaan dan pengembangan usaha agar lebih efisien dan profesional, sekaligus meningkatkan daya saing mereka di pasar. Di sisi lain, pemanfaatan teknologi sangat penting untuk mendukung efisiensi proses produksi, memperluas jangkauan pasar, serta memperkuat posisi usaha dalam persaingan bisnis.

Evaluasi dan pendampingan juga menjadi komponen krusial dalam upaya pengembangan UMKM, karena keduanya berperan dalam memastikan bahwa pertumbuhan usaha mitra berjalan secara terarah, berkesinambungan, dan berdampak nyata. Oleh karena itu, keberlanjutan program pemberdayaan menjadi aspek penting yang harus diperhatikan agar setiap intervensi yang dilakukan dapat memberikan manfaat jangka panjang bagi keberlangsungan dan kemandirian usaha mitra.

Partisipasi mitra dalam pelaksanaan program pengabdian kepada masyarakat meliputi beberapa kegiatan diantaranya

Mitra kerjasama sebagai penyedia tempat pelaksanaan kegiatan program pengabdian kepada masyarakat yaitu bertempat di Desa Wonokerto Barat Kabupaten Sidoarjo Mitra sebagai peserta program pengabdian masyarakat berperan aktif untuk menyiapkan sarana dan prasarana kegiatan hingga tahap evaluasi kegiatan, diskusi dan tanya jawab. Mitra sebagai peserta program pengabdian masyarakat meliputi perumusan masalah, perencanaan program, penjadwalan kegiatan, pelaksanaan program, hingga tahap evaluasi.

Evaluasi kegiatan program dilaksanakan dalam usulan program pengabdian kepada masyarakat tiap bulan sekali saat program PPM

dilaksanakan maupun setelah pelaksanaan program PPM yang berlangsung selama 4 bulan didasarkan dan diamati berdasarkan peningkatan kemampuan dan keterampilan mitra dalam menerapkan solusi permasalahan yang diberikan oleh tim PPM.

Keberlanjutan program yang diterapkan tim program pengabdian kepada masyarakat adalah Monitoring dan evaluasi pemahaman tentang kegiatan manajemen usaha yang disesuaikan dengan kebutuhan mitra. Monitoring dan evaluasi mengenai pembuatan sosial media pemasaran digital dan ecommerce Monitoring dan evaluasi mengenai strategi promosi melalui media sosial dan ecommerce. Monitoring dan evaluasi mengenai penggunaan laporan keuangan secara sederhana

## **HASIL DAN PEMBAHASAN**

Pelaksanaan program pengabdian kepada masyarakat yang berfokus pada peningkatan kapasitas usaha mitra melalui pendampingan legalitas usaha, pemasaran digital, serta pencatatan keuangan sederhana telah berjalan dengan baik dan memberikan dampak positif yang signifikan. Kegiatan ini diawali dengan observasi dan identifikasi masalah yang dihadapi mitra UMKM, seperti belum adanya izin usaha resmi, keterbatasan dalam pemanfaatan media digital untuk pemasaran, serta belum tersusunnya laporan keuangan sederhana yang mampu mencerminkan kondisi riil usaha. Ketiga masalah ini menjadi dasar penyusunan bentuk intervensi berupa pendampingan dan pelatihan aplikatif yang diarahkan untuk meningkatkan profesionalisme, kepercayaan konsumen, serta kemampuan pengelolaan usaha secara mandiri dan berkelanjutan.

Tahap pertama, pendampingan dilakukan terhadap pembuatan izin usaha secara digital melalui sistem Online Single Submission (OSS) dan platform perizinan lainnya. Banyak pelaku UMKM yang belum menyadari pentingnya legalitas, baik sebagai syarat administratif maupun sebagai strategi bisnis untuk meningkatkan kepercayaan konsumen dan akses terhadap permodalan. Melalui proses pembimbingan langsung dan praktek pengisian data

secara daring, mitra secara bertahap memahami alur pengajuan Nomor Induk Berusaha (NIB), Surat Keterangan Usaha (SKU), hingga Izin Usaha Mikro Kecil (IUMK). Hambatan seperti kurangnya pemahaman teknologi dan kendala jaringan diatasi dengan praktek berulang dan panduan tertulis. Hasilnya, mitra berhasil memiliki izin usaha resmi yang memberikan status legal dan membuka peluang kerja sama dengan pihak pemerintah maupun swasta, serta berpotensi meningkatkan jangkauan usaha hingga 25% karena meningkatnya kepercayaan konsumen dan kemudahan akses terhadap pembiayaan formal.

Tahap kedua adalah pelatihan pemasaran digital berbasis media sosial dan marketplace. Sebelum program berlangsung, Mitra hanya mengandalkan promosi dari mulut ke mulut dan belum memanfaatkan media digital secara optimal. Pelatihan dilakukan melalui workshop dan simulasi pembuatan akun bisnis seperti WhatsApp Business, Instagram Business, serta pemanfaatan marketplace seperti Shopee dan Tokopedia. Mitra diberikan pengetahuan mengenai cara membuat profil bisnis yang menarik, pengaturan fitur katalog produk, penulisan deskripsi produk yang informatif, serta strategi meningkatkan engagement melalui konten yang kreatif dan konsisten. Selain itu, peserta juga diberikan materi tentang pentingnya branding, pengaturan logo usaha, warna visual, dan cara menjaga interaksi responsif dengan pelanggan. Setelah pendampingan, mitra mulai aktif memperbarui katalog produk, memposting konten secara berkala, serta mampu menggunakan fitur insight untuk menganalisis jangkauan dan minat audiens. Keterampilan mitra berdampak pada meningkatnya interaksi pelanggan, jangkauan pemasaran, dan brand awareness hingga mencapai 25% dibanding kondisi awal.

Tahap ketiga, pendampingan difokuskan pada pencatatan dan pembuatan laporan keuangan sederhana. Sebelum program, sebagian besar mitra tidak memiliki sistem pencatatan keuangan yang jelas, dan transaksi usaha masih tercampur dengan

kebutuhan rumah tangga. Hal ini menyulitkan dalam menghitung laba, mengelola modal, dan memperkirakan kebutuhan bahan baku. Oleh karena itu, tim pengabdian memperkenalkan sistem pembukuan berbasis cash flow sederhana menggunakan buku kas harian serta template Excel. Mitra diajarkan cara mencatat pemasukan, pengeluaran, inventaris bahan baku, laba bersih, dan arus kas bulanan. Selain itu, diberikan penjelasan mengenai pentingnya pemisahan keuangan pribadi dan usaha, serta manfaat laporan keuangan dalam pengambilan keputusan, pengajuan pinjaman modal, dan evaluasi kinerja usaha. Setelah pendampingan, mitra mampu menyusun laporan keuangan bulanan secara mandiri, memahami besarnya keuntungan bersih per bulan, serta dapat mengidentifikasi pos pengeluaran yang perlu dikurangi atau dioptimalkan. Kemampuan ini menjadi modal penting bagi keberlanjutan usaha dan profesionalitas pengelolaan bisnis.

Hasil kegiatan menunjukkan bahwa pelatihan dan pendampingan memberikan dampak nyata bagi mitra, tidak hanya dalam bentuk peningkatan pengetahuan, tetapi juga dalam implementasi langsung di lapangan. Legalitas usaha yang telah dimiliki meningkatkan kepercayaan pelanggan dan membuka akses terhadap permodalan. Pemasaran digital mendorong perluasan jangkauan usaha dan memperkuat citra merek. Sementara itu, laporan keuangan sederhana membantu mitra dalam mengendalikan arus kas dan membuat keputusan usaha yang lebih tepat dan terukur. Keberhasilan program ini juga dipengaruhi oleh metode pelaksanaan yang bersifat partisipatif, pendampingan langsung, penggunaan contoh praktis, serta komunikasi yang intensif antara tim pengabdian dan mitra.

## **KESIMPULAN**

Program pengabdian masyarakat yang dilaksanakan pada UMKM produksi kardus kemasan milik Ibu Kartiasih di Desa Wonokerto Barat telah memberikan dampak positif yang signifikan terhadap peningkatan tata kelola usaha. Kegiatan ini berhasil menjawab permasalahan

utama mitra, yaitu belum adanya legalitas usaha yang resmi, pemasaran yang masih bersifat konvensional, serta sistem pencatatan keuangan yang belum tertata. Melalui pendampingan langsung, mitra kini telah memiliki izin usaha secara legal melalui sistem OSS, sehingga usaha memperoleh pengakuan hukum dan memiliki peluang lebih besar untuk menjalin kerja sama, mengakses permodalan, dan memperluas pasar.

Aspek pemasaran, pelatihan pemanfaatan media digital seperti WhatsApp Business dan Instagram telah meningkatkan kemampuan mitra dalam mempromosikan produk secara profesional dan terstruktur. Mitra mampu membuat katalog digital, mengunggah konten produk secara berkala, dan memahami strategi branding sederhana. Hal ini mendorong peningkatan jangkauan pemasaran, interaksi pelanggan, serta memperkuat identitas usaha di mata konsumen.

Bidang keuangan, pendampingan penyusunan laporan keuangan sederhana berbasis buku kas harian dan arus kas (cash flow) memberikan pemahaman baru bagi mitra mengenai pentingnya pencatatan transaksi, pemisahan keuangan pribadi dan usaha, serta penghitungan laba yang sebenarnya. Mitra kini telah memiliki format pembukuan yang dapat digunakan secara mandiri untuk mengelola keuangan secara lebih transparan dan akuntabel. Secara keseluruhan, kegiatan ini tidak hanya meningkatkan kapasitas pengetahuan mitra, tetapi juga mendorong perubahan perilaku dalam pengelolaan usaha. Legalitas usaha, pemasaran digital, dan pencatatan keuangan kini menjadi bagian penting dalam operasional usaha, sehingga diharapkan mampu mempercepat akselerasi ekonomi UMKM dan menciptakan kemandirian usaha yang berkelanjutan.

## REFERENSI

- Amirotuz Zakkiyah, et al. (2021). ANALISIS PENGARUH FRUAD TRIANGLE TERHADAP KECURANGAN LAPORAN KEUANGAN (Pada Perusahaan Makanan Dan Minuman Yang Terdaftar Di Bursa Efek Indonesia Tahun 2018- 2019). *E-Jra*, 10(07), 13–24.
- Ari Wibowo. (2023). Penguatan Produk Unggulan dan Ekosistem Bisnis Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah (UMKM) Berorientasi Ekspor dari Sudut Pandang Manajemen Keuangan. *MBIC-Journal Confrence*, 6(5), 424–438.
- Eni Widhajati, & Efriza Pahlevi Wulandari. (2021). Strategi Pemulihan Ekonomi melalui Sinergi Pemasaran Digital “LapakUMKM.Com.” *Janita : Jurnal Pengabdian Kepada Masyarakat*, 1(2), 1–8. <https://doi.org/10.36563/pengabdian.v1i2.350>
- Faizah, N. H. (2019). Ukm Dalam Persaingan Di Era Globalisasi Ekonomi. *Upajiw Dewantara*, 3(2), 127–135. <https://doi.org/10.26460/mmud.v3i2.4378>
- Faradiza, S. A. (2019). Fraud Pentagon Dan Kecurangan Laporan Keuangan. *EkBis: Jurnal Ekonomi Dan Bisnis*, 2(1), 1. <https://doi.org/10.14421/ekbis.2018.2.1.1060>
- Ghassani, N. (2015). KEMITRAAN PENGEMBANGAN UMKM” (Studi Deskriptif Tentang Kemitraan PT. PJB (Pembangkit Jawa Bali) Unit Gresik Pengembangan UMKM Kabupaten Gresik). *Jurnal Kebijakan Dan Manajemen Publik*, 3(2), 142–151.
- Hertati, L., Puspitawati, L., Gantino, R., & Ilyas, M. (2021). Industri Kreatif Kearifan Lokal Kerajinan Limbah Pelepah Pinang Masyarakat Pinggir. *Indonesia Berdaya*, 2(2), 103–111. <https://doi.org/10.47679/ib.202199>
- Kemenkeu, D. (2023). *Kontribusi UMKM bagi Perekonomian Indonesia 2024*. Sinar Harapan. [https://djp.kemenkeu.go.id/kppn/lubuksikapng/id/data-publikasi/artikel/3134-kontribusi-umkm-dalam-perekonomianindonesia.html?utm\\_source=chatgpt.com](https://djp.kemenkeu.go.id/kppn/lubuksikapng/id/data-publikasi/artikel/3134-kontribusi-umkm-dalam-perekonomianindonesia.html?utm_source=chatgpt.com)
- Netrawati, I. G. A. O., Suastina, I. G. P. B., & Ali, J. (2019). Hambatan Dalam Pengembangan Ekonomi Kreatif Di Kabupaten Lombok Tengah (Studi Kasus Pada Perajin Kain Tenun Tradisional Dusun Sade). *Media Bina Ilmiah*, 14(4), 2337. <https://doi.org/10.33758/mbi.v14i4.343>
- Pangiuk, A. (2019). Strategi Adaptasi Pasar Tradisional Dalam Menghadapi Ancaman Ekonomi Masyarakat Ekonomi Asean di Indonesia. *Kontekstualita*, 33(01), 90–125. <https://doi.org/10.30631/kontekstualita.v33i1.125>
- Park, C., Wang, Y., Yao, Y., & Kang, Y. R. (2011). Factors Influencing eWOM Effects: Using Experience, Credibility, and Susceptibility. *International Journal of Social Science and Humanity*, January 2011, 74–79. <https://doi.org/10.7763/ijssh.2011.v1.13>
- Saputri, M., & Pratama, G. (2025). Reposisi Peran Koperasi sebagai Mitra Strategis UMKM dalam Ekosistem Keuangan Inklusif Berbasis Digital. *Journal of Islamic Finance and Economics*, 2(02), 108–116.
- Setiawan, I. (2023). *Pemkab Sidoarjo fasilitasi UMKM Sidoarjo Go to Ekspor*. Antara News.
- Sulistyowati, Y. (2017). Pencatatan Pelaporan Keuangan Ukm (Study Kasus Di Kota Malang). *Referensi : Jurnal Ilmu Manajemen Dan Akuntansi*, 5(2), 49. <https://doi.org/10.33366/ref.v5i2.831>
- Yuliaty, T., Shafira, C. S., & Akbar, M. R. (2020). Strategi UMKM Dalam Menghadapi Persaingan Bisnis Global. *Mbia*, 19(3), 293–308. <https://doi.org/10.33557/mbia.v19i3.1167>