JUBDIMAS (JURNAL PENGABDIAN MASYARAKAT)
Volume : 5 | Nomor : 2 | September 2026 | E-ISSN : 2829-9698 | DOI: 10.47709/jubdimas.v5i2.430

PELATIHAN ADMINISTRASI BISNIS DAN STRATEGI PENGELOLAAN KEUANGAN BAGI PELAKU UMKM LOKAL DI DESA KEDUNGDOWO

Raudatul Jannah[1*], Arico Ayani Suparto[2], Arini Binurilla Rusdi[3], Nabila Alifia Putri Dania[4], Ummu Aisyah[5]
[1*,2,3,4,5]Universitas Bhakti PGRI Situbondo
email: jannahr239@gmail.com[*]

Abstract

Micro, Small, and Medium Enterprise (MSME) operators in Kedungdowo Village continue to face challenges in managing their business activities, particularly regarding administration, financial record-keeping, and the use of digital media for marketing. This community service initiative was conducted to strengthen the understanding and skills of MSME operators in areas such as business administration, basic financial management, SWOT analysis, and digital marketing. The program involved approximately 25 participants, including MSME owners, village officials, and local community members. A participatory approach was employed, featuring lectures, discussions, and Q&A sessions. Throughout the event, participants engaged actively by joining discussions and sharing specific challenges they encounter in managing their businesses. The outcomes indicate an improved understanding among participants regarding business administration, the importance of separating personal and business finances, identifying business challenges through SWOT analysis, and leveraging digital media to support marketing efforts. This initiative is intended to serve as a foundational step for MSME operators toward implementing more organized business management practices and fostering long-term business sustainability.

Keywords*: MSMEs, Business Administration, Financial Management, Digital Marketing, SWOT Analysis*

Abstrak

Pelaku Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah (UMKM) di Desa Kedungdowo masih menghadapi beberapa permasalahan dalam mengelola kegiatan usaha, terutama pada aspek administrasi, pencatatan keuangan, dan pemanfaatan media digital untuk pemasaran. Kegiatan pengabdian kepada masyarakat ini dilaksanakan untuk memperkuat pemahaman dan keterampilan pelaku UMKM dalam mengelola administrasi bisnis, keuangan sederhana, analisis SWOT dan pemasaran digital. Kegiatan diikuti oleh sekitar 25 peserta yang terdiri atas pelaku UMKM, perangkat desa, dan masyarakat. Pelaksanaan kegiatan menggunakan pendekatan partisipatif melalui ceramah, diskusi, dan tanya jawab. Selama kegiatan berlangsung, peserta menunjukkan keterlibatan aktif melalui diskusi dan penyampaian permasalahan yang berkaitan dengan pengelolaan usaha. Hasil kegiatan menunjukkan adanya peningkatan pemahaman peserta mengenai administrasi usaha, pentingnya pemisahan keuangan pribadi dan keuangan usaha, mengetahui permasalahan usaha dengan menggunakan analisis SWOT serta pemanfaatan media digital untuk mendukung pemasaran. Kegiatan ini diharapkan menjadi langkah awal bagi pelaku UMKM dalam menerapkan pengelolaan usaha yang lebih tertib dan mendukung keberlanjutan usaha.

Kata kunci: UMKM, Administrasi Bisnis, Pengelolaan Keuangan, Pemasaran Digital, Analisis SWOT

PENDAHULUAN

Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah (UMKM) merupakan bagian penting dalam aktivitas ekonomi masyarakat di berbagai daerah. Keberadaan UMKM memberikan kesempatan kepada masyarakat untuk mengembangkan kegiatan ekonomi produktif dengan memanfaatkan potensi yang tersedia di lingkungan sekitar. Selain menjalankan fungsi ekonomi, UMKM juga berperan dalam menciptakan peluang kerja dan meningkatkan pendapatan masyarakat. Oleh sebab itu, keberadaan UMKM menjadi salah satu unsur yang mendukung penguatan perekonomian masyarakat berbasis potensi lokal. (Al Farisi & Iqbal Fasa, 2022).

Perkembangan teknologi informasi turut memengaruhi cara pelaku UMKM menjalankan kegiatan usahanya. Pengelolaan usaha tidak hanya berkaitan dengan kemampuan menghasilkan dan menjual produk, tetapi juga membutuhkan administrasi yang tertata, pencatatan keuangan, serta pemanfaatan teknologi untuk mendukung kegiatan operasional dan pemasaran. Pengelolaan administrasi dan pemanfaatan sistem informasi dapat membantu pelaku UMKM dalam memperoleh informasi yang dibutuhkan untuk mengelola usahanya (Fitriani et al., 2023). Selain itu, kemampuan dalam literasi keuangan dan literasi digital juga berkaitan dengan upaya meningkatkan kinerja UMKM (Bidasari et al., 2023). Pengelolaan keuangan yang baik diperlukan agar pelaku usaha dapat mengatur arus kas dan menyusun perencanaan keuangan secara lebih terarah (Husnalia et al., 2025).

Volume : 5 | Nomor : 2 | September 2026 | E-ISSN : 2829-9698 | DOI: 10.47709/jubdimas.v5i2.430

Kemampuan literasi keuangan juga menjadi salah satu faktor yang mendukung pengelolaan keuangan UMKM. Pelaku usaha yang memiliki pemahaman keuangan yang baik cenderung lebih mampu melakukan pencatatan, menyusun perencanaan anggaran, serta mengendalikan penggunaan dana usaha. (Ulfah & Hasanah, 2025) menunjukkan bahwa literasi keuangan memiliki pengaruh positif dan signifikan terhadap pengelolaan keuangan UMKM. Temuan tersebut juga menunjukkan bahwa pelaku UMKM dengan literasi keuangan yang lebih baik cenderung lebih aktif memanfaatkan teknologi keuangan digital dalam mendukung praktik pengelolaan keuangannya.

Literasi keuangan merupakan salah satu kemampuan yang dapat memengaruhi cara seseorang dalam menggunakan dan mengambil keputusan terkait keuangan. Pemahaman yang memadai mengenai keuangan dapat membantu seseorang mempertimbangkan penggunaan dana secara lebih bijaksana serta mengendalikan pengeluaran yang tidak diperlukan. (Akuntansi dan Keuangan Islam et al., n.d.) menemukan bahwa literasi keuangan dan pengendalian diri berkaitan dengan perilaku konsumtif mahasiswa. Temuan tersebut menunjukkan bahwa pemahaman terhadap aspek keuangan perlu diperhatikan dalam membentuk kebiasaan pengelolaan keuangan yang lebih terkontrol.

Permasalahan tersebut juga ditemukan pada pelaku UMKM di Desa Kedungdowo, Kecamatan Arjasa, Kabupaten Situbondo. Berdasarkan hasil observasi dan koordinasi dengan Pemerintah Desa Kedungdowo, diketahui bahwa sebagian pelaku UMKM belum melakukan pengelolaan administrasi secara teratur. Pencatatan transaksi keuangan masih dilakukan secara sederhana dan belum terdapat pemisahan yang jelas antara dana untuk kebutuhan pribadi dan dana yang digunakan dalam kegiatan usaha. Di samping itu, pemanfaatan media digital untuk mempromosikan produk masih belum optimal. Kondisi tersebut menunjukkan bahwa pelaku UMKM masih membutuhkan penguatan kemampuan dalam mengelola usaha secara lebih sistematis.

Sebagai upaya untuk mengatasi berbagai permasalahan tersebut, tim pengabdian menyelenggarakan kegiatan Aspek pencatatan keuangan menjadi salah satu hal yang perlu diperhatikan dalam pengelolaan UMKM. Pencatatan yang dilakukan secara teratur dapat membantu pelaku usaha mengetahui kondisi keuangan serta perkembangan kegiatan usahanya. (Alinsari, 2020) menunjukkan bahwa pelatihan dan pendampingan pembukuan sederhana dapat membantu meningkatkan kemampuan literasi keuangan pelaku UMKM. Hasil kegiatan pendampingan lainnya juga menunjukkan bahwa pembukuan sederhana dapat membantu pelaku usaha memahami fungsi administrasi keuangan dalam kegiatan bisnis (Pengabdian & Isei, 2024).Oleh karena itu, peningkatan kemampuan pengelolaan keuangan perlu diberikan dengan materi dan praktik yang sesuai dengan kondisi pelaku usaha.

Selain aspek keuangan, pemanfaatan media digital merupakan bagian yang dapat mendukung kegiatan pemasaran UMKM. Media sosial memberikan kesempatan bagi pelaku usaha untuk memperkenalkan produk kepada konsumen dengan jangkauan yang lebih luas. Pendampingan penggunaan media sosial sebagai sarana pemasaran menunjukkan bahwa pelaku UMKM dapat meningkatkan kemampuan promosi melalui pemanfaatan platform digital (Farah Zain et al., 2024). Kemampuan membuat materi visual untuk promosi juga menjadi bagian yang mendukung pemasaran digital. Salah satu media yang dapat digunakan adalah Canva, yang dapat membantu pelaku UMKM membuat desain kemasan maupun materi promosi yang lebih menarik (Jannah et al., 2024).

Berdasarkan hasil identifikasi tersebut, diperlukan kegiatan yang dapat memberikan pemahaman sekaligus keterampilan praktis kepada pelaku UMKM dalam mengelola usahanya. Tim pengabdian kemudian melaksanakan "Pelatihan Administrasi Bisnis dan Strategi Pengelolaan Keuangan bagi Pelaku UMKM Lokal di Desa Kedungdowo". Materi pelatihan mencakup administrasi bisnis, pengelolaan dan pencatatan keuangan sederhana, strategi pemasaran digital, serta analisis SWOT. Pemilihan materi tersebut disesuaikan dengan permasalahan yang ditemukan pada tahap observasi sehingga pelatihan dapat diarahkan pada kebutuhan peserta.

Kegiatan pengabdian ini bertujuan meningkatkan pengetahuan dan keterampilan pelaku UMKM Desa Kedungdowo dalam mengelola administrasi usaha, melakukan pencatatan keuangan secara lebih teratur, dan memanfaatkan media digital untuk mendukung kegiatan pemasaran. Selain itu, analisis SWOT diperkenalkan agar peserta dapat mengenali kondisi internal dan eksternal yang berkaitan dengan perkembangan usahanya. Melalui kegiatan tersebut, pelaku UMKM diharapkan memiliki pemahaman yang lebih baik dalam mengelola kegiatan usaha serta memiliki dasar untuk menentukan strategi pengembangan yang sesuai dengan kondisi usahanya.

IDENTIFIKASI MASALAH

Berdasarkan hasil observasi lapangan dan koordinasi dengan Pemerintah Desa Kedungdowo, Kecamatan Arjasa, Kabupaten Situbondo, ditemukan beberapa kendala yang masih dihadapi pelaku UMKM dalam menjalankan kegiatan usahanya. Kendala tersebut terutama berkaitan dengan pengelolaan administrasi,

Volume : 5 | Nomor : 2 | September 2026 | E-ISSN : 2829-9698 | DOI: 10.47709/jubdimas.v5i2.430

pencatatan keuangan, serta pemanfaatan media digital untuk kegiatan promosi.

Pada aspek administrasi, sebagian pelaku UMKM belum memiliki pencatatan kegiatan usaha yang tersusun secara teratur. Kondisi tersebut menyebabkan informasi mengenai aktivitas dan perkembangan usaha belum terdokumentasi secara optimal. Pada aspek keuangan, pencatatan transaksi masih dilakukan secara sederhana dan belum seluruh pelaku usaha memisahkan keuangan pribadi dari keuangan usaha. Akibatnya, pelaku usaha dapat mengalami kesulitan ketika ingin mengetahui kondisi keuangan usahanya secara lebih jelas.

Permasalahan lain ditemukan pada kegiatan pemasaran. Pemanfaatan media digital sebagai sarana untuk memperkenalkan dan mempromosikan produk masih terbatas. Padahal, penggunaan media sosial dapat menjadi salah satu alternatif untuk membantu pelaku UMKM menjangkau konsumen yang lebih luas. (Farah Zain et al., 2024) menunjukkan bahwa pendampingan pemanfaatan media sosial dapat membantu meningkatkan kemampuan pelaku UMKM dalam melakukan promosi produk. Sementara itu, (Alinsari, 2020) menunjukkan bahwa pelatihan dan pendampingan pembukuan sederhana dapat membantu meningkatkan kemampuan pelaku UMKM dalam melakukan pencatatan keuangan.

Berdasarkan permasalahan tersebut, kegiatan pengabdian difokuskan pada peningkatan kemampuan pelaku UMKM dalam tiga aspek utama, yaitu administrasi bisnis, pengelolaan keuangan, dan menganalisis setiap usaha pelaku UMKM dengan menggunakan metode SWOT. Pelatihan diberikan sebagai upaya untuk membantu peserta memahami pengelolaan usaha secara lebih teratur, menerapkan pencatatan keuangan sederhana, serta mengenal pemanfaatan analisis agar peserta dapat mengenali kondisi internal dan eksternal yang berkaitan dengan perkembangan usahanya. Dengan fokus tersebut, kegiatan diharapkan dapat memberikan pengetahuan yang sesuai dengan kebutuhan pelaku UMKM di Desa Kedungdowo.

METODE PELAKSANAAN

Kegiatan pengabdian dilaksanakan di Balai Desa Kedungdowo, Kecamatan Arjasa, Kabupaten Situbondo. Peserta kegiatan terdiri atas pelaku UMKM, perangkat desa, dan masyarakat yang terlibat dalam kegiatan pemberdayaan ekonomi desa. Pelaku UMKM menjadi sasaran utama karena materi kegiatan disusun berdasarkan permasalahan yang ditemukan dalam pengelolaan usaha mereka.

Pelaksanaan kegiatan menggunakan pendekatan partisipatif. Peserta tidak hanya menerima materi, tetapi juga diberi ruang untuk menyampaikan pengalaman dan persoalan yang berkaitan dengan usaha masing-masing. Penyampaian materi dilakukan melalui ceramah yang dilanjutkan dengan diskusi dan tanya jawab.

Sebelum pelatihan dilaksanakan, tim melakukan observasi dan koordinasi dengan Pemerintah Desa Kedungdowo. Tahap ini digunakan untuk memperoleh informasi mengenai kondisi administrasi, pencatatan keuangan, serta penggunaan media digital oleh pelaku UMKM. Hasil pengamatan tersebut menjadi dasar dalam menentukan materi yang diberikan.

Pelatihan kemudian dilaksanakan dengan tiga pokok bahasan, yaitu administrasi bisnis, pengelolaan keuangan, pencatatan sederhana, dan analisis SWOT. Penyampaian materi disertai pembahasan mengenai permasalahan yang ditemukan pada peserta sehingga contoh dan diskusi dapat dikaitkan dengan kegiatan usaha mereka. Serta melakukan praktikum menganalisis usaha masing-masing peserta dengan menggunakan analisis SWOT agar para peserta lebih paham dengan kebutuhan usaha yang sedang dijalankan terutama dalam pengaplikasian administrasi bisnis, pengelolaan keuangan usaha.

Evaluasi dilakukan setelah penyampaian materi melalui pengamatan terhadap keterlibatan peserta, diskusi, serta tanya jawab. Pemahaman peserta dilihat dari praktik menganalisis SWOT terhadap usaha masing-masing peserta kemudian kemampuan dalam memberikan tanggapan dan menjelaskan kembali materi yang berkaitan dengan kondisi usaha masing-masing. Hasil evaluasi digunakan sebagai bahan untuk melihat ketercapaian kegiatan dan menentukan kebutuhan pendampingan berikutnya.

HASIL DAN PEMBAHASAN

Pelatihan administrasi bisnis dan strategi pengelolaan keuangan dilaksanakan di Desa Kedungdowo dengan melibatkan sekitar 25 peserta yang terdiri atas pelaku UMKM, perangkat desa, dan masyarakat. Selama kegiatan berlangsung, peserta terlibat dalam penyampaian pendapat, diskusi, dan tanya jawab mengenai permasalahan yang mereka hadapi dalam menjalankan usaha. Keterlibatan tersebut memberikan gambaran bahwa materi pelatihan dapat dikaitkan secara langsung dengan kondisi usaha peserta.

Pemahaman Administrasi Bisnis

Pembahasan mengenai administrasi usaha menunjukkan bahwa pencatatan kegiatan bisnis belum dilakukan secara seragam oleh peserta. Dari pengalaman yang disampaikan selama diskusi, sebagian pelaku usaha masih mencatat informasi usaha secara sederhana dan belum menjadikannya sebagai kebiasaan yang dilakukan secara teratur. Kondisi tersebut menyebabkan informasi mengenai aktivitas usaha belum

Volume : 5 | Nomor : 2 | September 2026 | E-ISSN : 2829-9698 | DOI: 10.47709/jubdimas.v5i2.430

terdokumentasi secara lengkap dan sulit digunakan ketika pemilik usaha ingin melihat perkembangan bisnisnya.

Materi administrasi kemudian diarahkan pada pemahaman mengenai informasi apa saja yang perlu dicatat dan bagaimana pencatatan tersebut dapat membantu kegiatan usaha. Peserta didorong untuk melihat administrasi sebagai bagian dari pengelolaan usaha, bukan sekadar kegiatan mencatat. Catatan yang tersusun dengan baik dapat membantu pemilik usaha mengetahui aktivitas yang telah dilakukan, memantau perkembangan usaha, serta menjadi bahan pertimbangan ketika menentukan keputusan berikutnya.

Diskusi selama pelatihan juga menunjukkan bahwa kebutuhan peserta tidak hanya berkaitan dengan cara membuat catatan, tetapi juga mengenai bagaimana informasi tersebut dapat dimanfaatkan. Pemahaman ini menjadi penting karena pengelolaan administrasi yang tertata dapat membantu pelaku usaha memperoleh informasi yang lebih jelas mengenai kondisi bisnisnya. (Fitriani et al., 2023) menjelaskan bahwa pengelolaan administrasi dan pemanfaatan sistem informasi dapat mendukung peningkatan kualitas pengelolaan UMKM.

Dengan demikian, hasil kegiatan menunjukkan bahwa penguatan administrasi bagi pelaku UMKM perlu diarahkan pada praktik yang sederhana dan mudah diterapkan. Pencatatan yang dilakukan secara konsisten diharapkan dapat membantu peserta membangun kebiasaan pengelolaan usaha yang lebih teratur serta menyediakan informasi yang dapat digunakan untuk mendukung perencanaan dan pengambilan keputusan.

Pengelolaan Keuangan Usaha

Pembahasan mengenai keuangan menjadi salah satu bagian yang banyak dikaitkan peserta dengan kondisi usaha mereka. Dari diskusi yang berlangsung, terlihat bahwa pencatatan transaksi belum menjadi kebiasaan yang dilakukan secara konsisten oleh seluruh peserta. Salah satu persoalan yang dibicarakan adalah bercampurnya dana yang digunakan untuk kebutuhan rumah tangga dengan dana yang berasal dari kegiatan usaha. Situasi tersebut dapat membuat pelaku usaha kesulitan mengetahui hasil usaha yang sebenarnya karena pemasukan dan pengeluaran belum tercatat secara terpisah.

Melalui materi yang diberikan, peserta diarahkan untuk melihat transaksi usaha sebagai informasi yang perlu dicatat dan ditelusuri secara berkala. Pencatatan sederhana dapat dimulai dengan mengelompokkan uang yang diterima dari penjualan dan biaya yang dikeluarkan untuk menjalankan usaha. Cara tersebut diharapkan dapat membantu peserta memperoleh gambaran yang lebih jelas mengenai perputaran uang dalam usahanya tanpa harus menggunakan sistem pembukuan yang rumit.

Pembahasan ini memiliki keterkaitan dengan hasil penelitian (Alinsari, 2020), yang menunjukkan bahwa pendampingan pembukuan sederhana dapat membantu pelaku UMKM meningkatkan kemampuan dalam melakukan pencatatan keuangan. (Husnalia et al., 2025) juga menempatkan kemampuan mengelola keuangan sebagai salah satu aspek yang mendukung pengelolaan usaha. Dengan demikian, persoalan keuangan yang ditemukan pada peserta menunjukkan bahwa kebutuhan utama bukan hanya mengenal istilah pembukuan, tetapi membangun kebiasaan mencatat dan memisahkan penggunaan dana secara konsisten.

Selain kemampuan teknis mencatat transaksi, peserta perlu memahami alasan di balik pencatatan tersebut. Informasi dari catatan keuangan dapat digunakan untuk menilai kondisi usaha dan menjadi bahan pertimbangan ketika pemilik usaha menentukan penggunaan dana. Pemahaman tersebut penting agar pencatatan tidak berhenti sebagai kegiatan administratif, tetapi dapat dimanfaatkan sebagai bagian dari proses pengambilan keputusan usaha.

Pemanfaatan Pemasaran Digital

Pembahasan mengenai pemasaran digital menunjukkan adanya ketertarikan peserta terhadap cara memperkenalkan produk melalui media yang dapat diakses secara daring. Dalam diskusi, peserta membicarakan pengalaman mereka dalam memasarkan produk dan kendala yang dihadapi ketika harus membuat informasi produk agar mudah dikenal oleh calon konsumen. Hal tersebut menunjukkan bahwa persoalan pemasaran tidak hanya berkaitan dengan keberadaan media digital, tetapi juga dengan kemampuan pelaku usaha dalam memanfaatkannya secara tepat.

Pada kegiatan pelatihan, peserta diperkenalkan pada penggunaan media digital sebagai sarana untuk menyampaikan informasi mengenai produk. Peserta diarahkan untuk memperhatikan unsur yang perlu ditampilkan dalam promosi, seperti nama produk, informasi produk, dan tampilan visual. Dengan demikian, media digital tidak hanya dipandang sebagai tempat mengunggah produk, tetapi sebagai sarana komunikasi antara pelaku usaha dan calon konsumen.

Pemanfaatan media sosial dalam kegiatan pemasaran memiliki relevansi dengan hasil pendampingan

Volume : 5 | Nomor : 2 | September 2026 | E-ISSN : 2829-9698 | DOI: 10.47709/jubdimas.v5i2.430

yang dilakukan oleh (Farah Zain et al., 2024). Penelitian tersebut menunjukkan bahwa pendampingan penggunaan media sosial dapat membantu pelaku UMKM mengembangkan kemampuan dalam mempromosikan produk. Dalam konteks kegiatan di Desa Kedungdowo, pemanfaatan media digital menjadi salah satu peluang yang dapat dikembangkan karena sebagian peserta masih membutuhkan pemahaman mengenai cara menyusun materi promosi yang sesuai dengan produk mereka.

Aspek tampilan promosi juga menjadi bagian dari materi yang diperkenalkan. Peserta dikenalkan pada Canva sebagai salah satu alat yang dapat digunakan untuk membuat desain promosi maupun kebutuhan visual produk. Penggunaan aplikasi tersebut memungkinkan pelaku usaha menyiapkan materi visual tanpa harus memiliki kemampuan desain tingkat lanjut. (Jannah et al., 2024) menunjukkan bahwa pelatihan Canva dapat membantu pelaku UMKM mengembangkan kemampuan dalam menghasilkan media promosi yang lebih menarik.

Berdasarkan pembahasan tersebut, penguatan pemasaran digital bagi pelaku UMKM tidak cukup dilakukan dengan memperkenalkan aplikasi atau platform tertentu. Peserta juga perlu memahami bagaimana memilih informasi yang relevan, menyusun pesan promosi, dan menyesuaikan tampilan dengan karakter produk. Kemampuan tersebut dapat menjadi dasar bagi pelaku UMKM Desa Kedungdowo untuk mengembangkan kegiatan promosi secara lebih konsisten melalui media digital.

Pengenalan Analisis SWOT

Materi analisis SWOT memberikan sudut pandang baru bagi peserta dalam melihat kondisi usaha. Peserta diperkenalkan dengan empat unsur yang dapat digunakan untuk menganalisis usaha, yaitu kekuatan, kelemahan, peluang, dan ancaman. Sebelum materi diberikan, sebagian besar peserta belum pernah menerapkan analisis SWOT dalam mengevaluasi usahanya.

Melalui diskusi, peserta diarahkan untuk menghubungkan setiap unsur SWOT dengan kondisi usaha yang mereka jalankan. Dengan cara tersebut, konsep yang sebelumnya bersifat teoritis dapat dikaitkan dengan situasi yang dihadapi oleh masing-masing pelaku usaha. Peserta mulai mengenali faktor internal yang menjadi keunggulan maupun kekurangan usahanya, serta melihat peluang dan tantangan yang berasal dari lingkungan usaha.

Pemahaman tersebut dapat menjadi langkah awal bagi pelaku UMKM untuk menyusun pengembangan usaha secara lebih terarah. Analisis SWOT dapat membantu peserta melihat kondisi usahanya secara lebih menyeluruh sehingga strategi yang dipilih tidak hanya didasarkan pada perkiraan, tetapi mempertimbangkan kondisi internal dan lingkungan usaha.

Evaluasi dan Tindak Lanjut

Kegiatan berjalan dengan respons yang baik dari peserta. Keterlibatan peserta terlihat melalui pertanyaan, penyampaian pengalaman, dan pembahasan mengenai persoalan yang mereka hadapi dalam menjalankan usaha. Pemahaman peserta juga terlihat ketika mereka mampu menjelaskan kembali beberapa materi, khususnya mengenai administrasi usaha, pemisahan keuangan pribadi dan usaha, serta pemanfaatan media digital untuk promosi.

Kegiatan ini masih memiliki keterbatasan pada waktu pelaksanaan sehingga pendampingan secara individual dan berkelanjutan belum dapat dilakukan. Oleh karena itu, hasil pelatihan perlu ditindaklanjuti melalui pendampingan berkala. Pendampingan tersebut dapat diarahkan pada penerapan pencatatan administrasi, pembukuan sederhana, dan pengembangan pemasaran digital agar pengetahuan yang diperoleh peserta dapat diterapkan dalam kegiatan usaha sehari-hari.

Tabel 1. Materi dan Respons Peserta

No	Materi	Metode Penyampaian	Respons Peserta
1	Administrasi bisnis	Ceramah, diskusi	Tinggi – banyak pertanyaan
2	Pengelolaan Keuangan	Ceramah, Tanya Jawab	Sedang
3	Pemasaran Digital	Ceramah, Diskusi	Tinggi – banyak pertanyaan
4	Ananlisis SWOT	Ceramah	Sedang

Volume : 5 | Nomor : 2 | September 2026 | E-ISSN : 2829-9698 | DOI: 10.47709/jubdimas.v5i2.430



Gambar 1.
Lokasi Mitra Pengabdian



Gambar 2.
Foto Bersama Mahasiswa PBPMD



Gambar 3.
Foto Bersama Peserta

KESIMPULAN

Pelatihan yang dilaksanakan di Desa Kedungdowo memberikan ruang bagi pelaku UMKM untuk memahami kembali pengelolaan usaha dari sisi administrasi, keuangan, pemasaran digital, dan analisis SWOT. Kegiatan yang melibatkan sekitar 25 peserta menunjukkan bahwa persoalan pencatatan administrasi, pemisahan dana pribadi dan usaha, serta pemanfaatan media digital masih menjadi aspek yang perlu diperkuat. Selama kegiatan berlangsung, peserta menunjukkan keterlibatan melalui diskusi, pertanyaan, dan penyampaian pengalaman usaha. Pemahaman yang terlihat setelah pelatihan terutama berkaitan dengan pentingnya pencatatan usaha, pemisahan keuangan pribadi dengan keuangan usaha, serta peluang penggunaan media digital sebagai sarana promosi. Pelatihan ini dapat menjadi langkah awal untuk memperbaiki pengelolaan UMKM di Desa Kedungdowo. Namun, penerapan materi dalam kegiatan usaha sehari-hari membutuhkan pendampingan lanjutan agar peserta tidak hanya memahami materi, tetapi juga mampu menerapkannya secara konsisten.

SIMPULAN, IMPLIKASI, KETERBATASAN PENELITIAN

Simpulan

Kegiatan pelatihan yang dilaksanakan di Desa Kedungdowo menunjukkan bahwa penguatan kemampuan pelaku UMKM dalam administrasi bisnis, pengelolaan keuangan, pemasaran digital, dan analisis SWOT merupakan bagian penting dalam mendukung pengelolaan usaha yang lebih terarah. Keterlibatan peserta selama proses pelatihan memperlihatkan adanya ketertarikan terhadap materi yang diberikan, terutama materi yang berkaitan dengan permasalahan yang mereka hadapi dalam menjalankan usaha.

Volume : 5 | Nomor : 2 | September 2026 | E-ISSN : 2829-9698 | DOI: 10.47709/jubdimas.v5i2.430

Kegiatan ini juga memberikan pemahaman kepada peserta mengenai pentingnya pencatatan administrasi, pemisahan keuangan pribadi dan usaha, serta pemanfaatan media digital untuk mendukung pemasaran. Pengenalan analisis SWOT memberikan tambahan perspektif bagi peserta dalam melihat kondisi usaha berdasarkan kekuatan, kelemahan, peluang, dan ancaman yang dimiliki.

Implikasi

Hasil kegiatan memberikan implikasi bahwa pelatihan pengelolaan UMKM perlu diarahkan pada kebutuhan nyata yang dihadapi pelaku usaha. Materi mengenai administrasi dan keuangan dapat menjadi dasar untuk membangun kebiasaan pengelolaan usaha yang lebih tertib, sedangkan pemanfaatan media digital dapat dikembangkan sebagai bagian dari strategi pemasaran. Pengenalan analisis SWOT juga dapat digunakan sebagai langkah awal bagi pelaku UMKM untuk mengenali kondisi usaha dan mempertimbangkan strategi pengembangannya. Bagi pelaksanaan kegiatan pengabdian berikutnya, hasil kegiatan ini menunjukkan pentingnya menggabungkan penyampaian materi dengan diskusi mengenai permasalahan yang dialami peserta. Pendekatan tersebut memungkinkan peserta menghubungkan materi dengan kondisi usaha masing-masing. Pemerintah desa juga dapat berperan dalam mendukung keberlanjutan kegiatan melalui fasilitasi pendampingan atau kegiatan penguatan kapasitas UMKM sesuai kebutuhan masyarakat.

Keterbatasan Penelitian

Pelaksanaan kegiatan memiliki keterbatasan pada waktu yang tersedia sehingga pendampingan kepada peserta belum dapat dilakukan secara berkelanjutan dan mendalam. Evaluasi kegiatan juga masih didasarkan pada pengamatan terhadap partisipasi peserta serta diskusi dan tanya jawab selama pelatihan. Oleh karena itu, artikel ini belum menyajikan pengukuran kuantitatif mengenai perubahan kemampuan peserta maupun dampak kegiatan terhadap perkembangan usaha dalam jangka panjang. Keterbatasan tersebut menjadi pertimbangan untuk pelaksanaan kegiatan selanjutnya. Pendampingan secara berkala dan evaluasi dengan instrumen yang lebih terukur dapat dilakukan untuk mengetahui sejauh mana materi pelatihan diterapkan dalam kegiatan usaha peserta. Dengan demikian, perkembangan penerapan administrasi, pencatatan keuangan, dan pemasaran digital dapat diamati secara lebih sistematis.

PERNYATAAN PENGGUNAAN KECERDASAN BUATAN

Penulis menyatakan bahwa tidak ada teknologi kecerdasan buatan generatif atau teknologi berbantuan AI yang digunakan untuk menghasilkan substansi ilmiah dalam artikel ini.

REFERENSI

Akuntansi dan Keuangan Islam, J., Endang Sri Darmawati, L., Jannah, R., Jailani, A., PGRI Situbondo, S., & PGRI Bangkalan, S. (n.d.). *THE EFFECT OF FINANCIAL LITERACY AND SELF-CONTROL ON STUDENTS' CONSUMPTIVE BEHAVIOR*.

Al Farisi, S., & Iqbal Fasa, M. (2022). PERAN UMKM (USAHA MIKRO KECIL MENENGAH) DALAM MENINGKATKAN KESEJAHTERAAN MASYARAKAT. *Jurnal Dinamika Ekonomi Syariah*, *9*(1). http://ejurnal.iaipd-nganjuk.ac.id/index.php/es/index

Alinsari, N. (2020). Peningkatan Literasi Keuangan pada UMKM melalui Pelatihan dan Pendampingan Pembukuan Sederhana. *Jurnal Pengabdian Masyarakat*, *01*(Desember), 256–268.

Bidasari, B., Sahrir, S., Goso, G., & Hamid, R. S. (2023). Peran Literasi Keuangan dan Literasi Digital dalam Meningkatkan Kinerja UMKM. *Owner*, *7*(2), 1635–1645. https://doi.org/10.33395/owner.v7i2.1404

Farah Zain, P., Sukarno, G., & Warmana, O. (2024). Pendampingan Pembuatan Akun Instagram Bisnis Sebagai Media Pemasaran Produk UMKM Kelurahan Penjaringan Sari. *Jurnal Pengabdian Kepada Masyarakat Nusantara*, *5*(1), 1000–1005. https://doi.org/10.55338/jpkmn.v5i1.2414

Fitriani, F. S., Harahap, R. D., & Nurlaila, N. (2023). Perkembangan UMKM Di Indonesia : Peran Pemahaman Akuntansi, Teknologi Informasi dan Sistem Informasi Akuntansi. *Owner*, *7*(3), 2518–2527. https://doi.org/10.33395/owner.v7i3.1427

Husnalia, S., Susyanti, J., & Anwar, B. (2025). Pelatihan Manajemen Keuangan Bagi Pelaku UMKM. *Jurnal SOLMA*, *14*(1), 1260–1268. https://doi.org/10.22236/solma.v14i1.17911

Jannah, R., Radila, S., Nur Maulidah, S., Lenza Lambang, A. R., & Ekonomi STKIP PGRI Situbondo, P. (2024). *PELATIHAN DESAIN KEMASAN DAN LABEL MENGGUNAKAN MEDIA CANVA SEBAGAI STRATEGI PENINGKATAN PENJUALAN BAGI PELAKU UMKM DI DESA TREBUNGAN SITUBONDO PACKAGING AND LABEL DESIGN TRAINING USING CANVA MEDIA AS A STRATEGY TO INCREASE SALES FOR UMKM ACTORS IN TREBUNGAN SITUBONDO VILLAGE*

Volume : 5 | Nomor : 2 | September 2026 | E-ISSN : 2829-9698 | DOI: 10.47709/jubdimas.v5i2.430

(Vol. 3). Online.

Pengabdian, J., & Isei, M. (2024). *Simple Financial Reports for MSMEs in Gading Sari Village, Kampar Regency Pembukuan Sederhana untuk UMKM di Desa Gading Sari Kabupaten Kampar*. *2*(1), 16–22. https://doi.org/abdimasisei.v2i1.241

Ulfah, Y., & Hasanah, R. (2025). Pengaruh Literasi Keuangan terhadap Pengelolaan Keuangan UMKM di Era Digital. *Jurnal Penelitian Ilmu-Ilmu Sosial*, *3*(1). https://doi.org/10.5281/zenodo.16760465