

Peningkatan Produktivitas Usaha Dan Literasi Keuangan UMKM Sari Ketan Olahan Khas Ciwaruga Kabupaten Bandung Barat

Nurhayati^{1*}, Dindin Abdurrohman¹, Ferdiansyah Wicaksono², Novista Amelia Putri¹, Seva Iryawan¹

¹ Program Studi Administrasi Bisnis, Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik, Universitas Pasundan, Indonesia

² Program Studi Administrasi Publik, Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik, Universitas Pasundan, Indonesia

*e-mail: nurhayati@unpas.ac.id

Article Info: Received: 1 July 2026, Accepted: 30 August 2026, Published: 31 August 2026

Abstract

Micro, Small, and Medium Enterprises (MSMEs) in the traditional food sector face various challenges in business development, particularly in production capacity, financial management, marketing, and product packaging. These conditions were identified in Sari Ketan MSME in Ciwaruga Village, Parongpong District, West Bandung Regency, which relied on simple production equipment, had not consistently implemented financial record-keeping, made limited use of digital marketing, and used non-food-grade packaging. The Community Partnership Program (PKM) was implemented to improve business productivity and financial literacy through training, practical activities, equipment provision, and mentoring in production, financial management, digital marketing, and packaging. The results showed increases in entrepreneurial competence from 20% to 80%, equipment adequacy from 50% to 80%, digital marketing activity from 50% to 80%, and production capacity from 20–25 to 35–40 units per day. Financial record-keeping increased from 20% to 50%, although the target was not achieved because its implementation remained inconsistent. The adoption of food-grade packaging and strengthened product identity also supported product presentation and marketing. Challenges related to raw-material availability and access to formal financing continued to affect business development. The findings indicate that integrated interventions addressing production capacity, financial management, marketing, and packaging can strengthen MSME management practices. Strengthening financial record-keeping, access to financing, and supply-chain management remains important for sustaining business development.

Keywords: Business Productivity; Financial Literacy; MSMEs; Digital Marketing; Community Empowerment

Abstrak

Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah (UMKM) pangan tradisional menghadapi berbagai kendala dalam pengembangan usaha, terutama terkait kapasitas produksi, pengelolaan keuangan, pemasaran, dan kemasan produk. Kondisi tersebut ditemukan pada UMKM Sari Ketan di Desa Ciwaruga, Kecamatan Parongpong, Kabupaten Bandung Barat, yang masih menggunakan peralatan produksi sederhana, belum menerapkan pencatatan keuangan secara konsisten, terbatas dalam pemanfaatan pemasaran digital, dan menggunakan kemasan yang belum food grade. Program Kemitraan Masyarakat (PKM) dilaksanakan untuk meningkatkan produktivitas usaha dan literasi keuangan melalui pelatihan, praktik, fasilitasi sarana, dan pendampingan pada aspek produksi, keuangan, pemasaran digital, dan kemasan. Hasil kegiatan menunjukkan peningkatan kompetensi kewirausahaan dari 20% menjadi 80%, kelengkapan peralatan dari 50% menjadi 80%, aktivitas pemasaran digital dari 50% menjadi 80%, serta kapasitas produksi dari 20–25 menjadi 35–40 unit per hari. Pencatatan keuangan meningkat dari 20% menjadi 50%, meskipun belum mencapai target karena penerapannya belum konsisten. Perbaikan kemasan melalui penggunaan bahan food grade dan penguatan identitas produk turut mendukung penyajian serta pemasaran produk. Kendala pada ketersediaan bahan baku dan akses permodalan formal masih memengaruhi pengembangan usaha. Hasil tersebut menunjukkan bahwa intervensi yang mengintegrasikan peningkatan kapasitas produksi, pengelolaan keuangan, pemasaran, dan kemasan mampu memperkuat praktik pengelolaan UMKM. Penguatan pencatatan keuangan, akses permodalan, dan pengelolaan rantai pasok menjadi aspek penting untuk menjaga keberlanjutan pengembangan usaha.

Kata kunci: Produktivitas Usaha; Literasi Keuangan; UMKM; Pemasaran Digital; Pendampingan Masyarakat

1. PENDAHULUAN

Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah (UMKM) memiliki peran penting dalam perekonomian Indonesia karena menjadi salah satu sumber penyerapan tenaga kerja, pemerataan pendapatan, dan ketahanan ekonomi masyarakat. Jumlah UMKM yang mencapai sekitar 30,18 juta unit atau lebih dari

99 persen dari seluruh unit usaha menunjukkan besarnya posisi sektor ini dalam struktur perekonomian nasional. Kondisi tersebut menjadikan UMKM sebagai bagian penting dalam pembangunan ekonomi yang inklusif serta dalam upaya mengurangi kemiskinan dan memperluas distribusi pendapatan antardaerah (Abid & Polo, 2025; Alamandi, 2025).

Besarnya jumlah dan peran UMKM belum sepenuhnya diikuti kemampuan pengelolaan usaha yang memadai. Pelaku UMKM masih menghadapi persoalan berupa keterbatasan teknologi, lemahnya manajemen usaha, rendahnya literasi keuangan, dan sulitnya memperoleh pembiayaan formal. Kondisi tersebut dapat menghambat kemampuan usaha dalam mengendalikan kegiatan operasional, menghitung keuntungan, merencanakan pengembangan usaha, dan meningkatkan skala bisnis (Maria et al., 2024; Septariano & Sari, 2021). Rendahnya literasi keuangan juga menjadi salah satu persoalan yang membuat UMKM sulit berkembang dan bersaing pada pasar yang lebih luas. Kemampuan mengelola keuangan yang masih terbatas menyebabkan pelaku usaha kesulitan mengetahui kondisi keuangan usahanya secara objektif dan menghadapi hambatan ketika membutuhkan akses pembiayaan dari lembaga keuangan formal (Abdurohim et al., 2023; Firdaus et al., 2025).

Persoalan pengelolaan keuangan tersebut berkaitan dengan produktivitas usaha. Produktivitas menunjukkan kemampuan usaha menghasilkan output dengan penggunaan sumber daya yang tersedia secara efisien dan dapat dilihat melalui capaian produksi, penggunaan tenaga kerja, pendapatan, maupun laba. Produktivitas yang rendah dapat membatasi pendapatan, meningkatkan biaya produksi, dan mengurangi kemampuan UMKM dalam memenuhi permintaan serta memperluas pasar (Darmawan, 2025; Wahyuni et al., 2025). Pada UMKM pangan tradisional, persoalan produktivitas sering berkaitan dengan keterbatasan peralatan, proses produksi yang masih manual, tata letak ruang kerja yang kurang efisien, dan kemampuan manajerial pemilik usaha (Hindarsah et al., 2021).

Perkembangan teknologi digital menghadirkan persoalan sekaligus peluang bagi UMKM. Keterbatasan kemampuan memanfaatkan teknologi menyebabkan sebagian pelaku usaha masih bergantung pada pemasaran konvensional, sementara konsumen semakin terbiasa memperoleh informasi dan melakukan pembelian melalui media digital. Pemanfaatan media sosial dan marketplace dapat membantu UMKM meningkatkan visibilitas produk, menjangkau konsumen di luar wilayah pemasaran sebelumnya, dan membangun komunikasi dengan pelanggan. Kemampuan mengelola keuangan secara digital juga diperlukan agar aktivitas transaksi dan arus kas dapat dipantau dengan lebih tertib (Acilar & Sæbø, 2021; Abdurohim et al., 2024; Geuijen et al., 2017). Perubahan lingkungan bisnis tersebut membuat pemanfaatan teknologi digital menjadi bagian penting dalam keberlangsungan dan perkembangan UMKM (Apriani et al., 2024).

Kabupaten Bandung Barat memiliki potensi pengembangan UMKM yang cukup besar, terutama yang bertumpu pada produk lokal. Posisi wilayah yang berada dalam kawasan Bandung Raya didukung oleh Tingkat Partisipasi Angkatan Kerja sebesar 70,57 persen dan kebijakan pembangunan daerah yang menempatkan pengembangan UMKM berbasis produk unggulan lokal sebagai bagian dari agenda ekonomi kerakyatan (Manuel et al., 2024; Widyaningsih, 2024). Salah satu potensi tersebut terdapat pada usaha makanan tradisional berbahan dasar beras ketan di Kecamatan Parongpong. Produk pangan tradisional memiliki peluang untuk dikembangkan karena tidak hanya memiliki nilai ekonomi, tetapi juga membawa identitas dan kearifan lokal yang dapat menjadi karakter pembeda produk.

Kondisi tersebut terlihat pada UMKM Sari Ketan milik Ibu Ani yang berlokasi di Desa Ciwaruga, Kecamatan Parongpong, Kabupaten Bandung Barat. Usaha ini memproduksi 16 jenis makanan tradisional berbahan dasar beras ketan, antara lain borondong, opak, rengginang, kerupuk kentang (citang), kerupuk ubi ungu (cihui), kerupuk cengek (cingek), kerupuk bayam (ciyem), jitnong, dan dodol. Keragaman produk tersebut belum sepenuhnya didukung oleh kapasitas pengelolaan usaha yang memadai. Proses produksi masih dilakukan secara manual menggunakan peralatan sederhana, sedangkan pencatatan keuangan belum diterapkan dalam kegiatan usaha (Barile et al., 2025).

Keterbatasan peralatan dan proses kerja yang masih manual berdampak pada kapasitas produksi UMKM Sari Ketan. Hasil observasi dan wawancara dengan mitra menunjukkan bahwa produksi hanya mencapai sekitar 20–25 unit per hari dengan tingkat konsistensi yang masih rendah. Permasalahan tidak hanya terdapat pada proses produksi, tetapi juga pada pengelolaan modal dan keuangan usaha. Modal masih berasal dari keuntungan usaha yang diputar kembali dan belum didukung akses terhadap lembaga keuangan formal. Kondisi tersebut membatasi kemampuan mitra dalam menyediakan kebutuhan produksi dan mengembangkan skala usahanya.

Kondisi keuangan usaha juga belum didukung sistem pencatatan yang dapat memberikan gambaran mengenai arus kas, biaya produksi, dan keuntungan secara teratur. Tidak adanya pencatatan menyebabkan keuangan usaha sulit dipantau dan pemilik tidak memiliki dasar yang memadai untuk menghitung hasil usaha maupun menentukan kebutuhan modal. Persoalan tersebut menjadi semakin penting ketika kapasitas produksi hendak ditingkatkan karena peningkatan output perlu diikuti kemampuan menghitung biaya dan keuntungan secara tepat. Literasi keuangan pada UMKM tidak hanya berkaitan dengan pengetahuan mengenai keuangan, tetapi juga penerapannya dalam kegiatan usaha, termasuk pencatatan transaksi, pengelolaan arus kas, pemisahan keuangan usaha dan pribadi, serta perencanaan keuangan (Abdurohim et al., 2023; Abdurohim et al., 2024).

Permasalahan lain terdapat pada pemasaran dan kemasan produk. Pemasaran UMKM Sari Ketan sebelumnya masih mengandalkan cara konvensional dan belum memanfaatkan media digital secara optimal. Kondisi ini membatasi jangkauan informasi produk kepada calon konsumen di luar lingkungan pemasaran yang selama ini dilayani. Kemasan produk juga masih menggunakan plastik biasa yang direkatkan dengan heker, belum menggunakan kemasan *food grade*, dan belum memiliki identitas merek yang jelas. Padahal, kemasan berperan dalam memberikan informasi, menjaga keamanan produk, membangun identitas, dan memengaruhi persepsi konsumen terhadap nilai suatu produk. Inovasi kemasan juga dapat mendukung daya saing produk UMKM, khususnya ketika produk diarahkan memasuki pasar yang lebih luas (Najib et al., 2022).

Berbagai persoalan tersebut menunjukkan bahwa kendala yang dihadapi UMKM Sari Ketan tidak hanya terletak pada satu bagian kegiatan usaha. Keterbatasan produktivitas berkaitan dengan peralatan dan tata kerja, sementara pengelolaan keuangan berkaitan dengan belum adanya pencatatan dan terbatasnya akses modal. Pada sisi hilir, pemasaran yang masih konvensional dan kemasan yang belum memenuhi kebutuhan pasar membatasi peluang produk untuk menjangkau konsumen yang lebih luas. Program pengembangan UMKM yang hanya menasar satu persoalan berisiko belum mampu menjawab keterkaitan antarmasalah tersebut. Pendekatan pendampingan yang menghubungkan aspek produksi, keuangan, pemasaran, dan kemasan lebih sesuai dengan kondisi usaha yang menghadapi beberapa kendala secara bersamaan (Hasan et al., 2023).

Program Kemitraan Masyarakat (PKM) ini dilaksanakan untuk membantu UMKM Sari Ketan mengatasi permasalahan tersebut melalui pendampingan yang mencakup perbaikan peralatan dan tata letak produksi, pencatatan keuangan sederhana, pemanfaatan pemasaran digital, serta perbaikan kemasan produk. Pendampingan diarahkan pada peningkatan kapasitas produksi dan efisiensi kerja, penerapan pencatatan keuangan yang lebih tertib, perluasan akses pemasaran melalui media digital, serta peningkatan kualitas kemasan agar produk lebih aman dan memiliki identitas yang jelas. Kegiatan ini bertujuan untuk meningkatkan produktivitas usaha dan literasi keuangan UMKM Sari Ketan Olahan Khas Ciwaruga, Kabupaten Bandung Barat, dengan pemasaran digital dan kemasan sebagai bagian pendukung pengembangan kegiatan usaha.

2. METODE

Program Kemitraan Masyarakat (PKM) menggunakan pendekatan *participatory action research* (PAR) dengan menempatkan mitra sebagai bagian aktif dalam proses identifikasi kebutuhan, penerapan kegiatan, serta evaluasi hasil program. Pendekatan tersebut memungkinkan bentuk intervensi disesuaikan dengan kondisi usaha yang ditemukan di lapangan. Identifikasi dilakukan melalui observasi langsung dan wawancara dengan mitra untuk memperoleh informasi mengenai proses produksi, pengelolaan keuangan, pemasaran, dan kemasan produk. Informasi yang diperoleh kemudian digunakan oleh tim pengabdian untuk menentukan materi pelatihan, bentuk fasilitasi, dan cara pendampingan. Keterlibatan mitra tetap berlangsung pada proses evaluasi melalui wawancara pascaprogram untuk memperoleh informasi mengenai penerapan materi dan perubahan yang dirasakan dalam pengelolaan usaha.

Program berlangsung selama delapan bulan pada tahun 2025 di UMKM Sari Ketan, Jalan Waruga Jaya No. 15 RT 01/14, Desa Ciwaruga, Kecamatan Parongpong, Kabupaten Bandung Barat. Sasaran kegiatan adalah pemilik usaha, Ibu Ani, bersama anggota keluarga yang terlibat dalam proses produksi dan pemasaran. Pendekatan pada tingkat unit usaha atau rumah tangga memungkinkan seluruh anggota keluarga yang terlibat dalam aktivitas usaha menjadi bagian dari proses kegiatan, meskipun jumlah anggota yang terlibat tidak didokumentasikan melalui penghitungan individu secara terpisah.

Tim pelaksana terdiri atas dua dosen Program Studi Administrasi Bisnis FISIP Universitas Pasundan dengan keahlian dalam pengembangan bisnis UMKM, manajemen pemasaran, dan kewirausahaan, serta dua mahasiswa yang mendukung kegiatan lapangan.

Kegiatan diawali dengan koordinasi tim, kunjungan ke lokasi usaha, observasi kondisi produksi, dan wawancara semi-terstruktur dengan mitra. Pengamatan diarahkan pada alur produksi, penggunaan peralatan, praktik pengelolaan keuangan, aktivitas pemasaran, serta kondisi kemasan produk. Informasi tersebut digunakan untuk memperoleh gambaran kondisi awal dan menentukan kebutuhan yang menjadi dasar penyusunan materi serta bentuk intervensi. Tim kemudian menyiapkan modul pelatihan dan sarana yang diperlukan sesuai dengan hasil identifikasi di lapangan. Proses ini juga menjadi dasar penentuan indikator yang digunakan untuk melihat perubahan setelah program, sehingga penilaian tidak hanya didasarkan pada keterlaksanaan kegiatan, tetapi dikaitkan dengan kondisi usaha sebelum dan setelah intervensi.

Intervensi diberikan melalui empat bidang kegiatan yang saling berkaitan. Pada aspek produksi, materi diarahkan pada peningkatan kapasitas dan efisiensi kerja melalui fasilitasi kompor, rak besi, dan mesin pengaduk adonan, disertai penataan *layout* produksi dan standardisasi ukuran produk. Pengelolaan keuangan dilakukan melalui praktik pencatatan buku kas harian, perhitungan Harga Pokok Produksi (HPP), penyusunan laporan laba rugi bulanan, serta pemisahan keuangan usaha dan pribadi. Pada aspek pemasaran, mitra diperkenalkan pada Instagram Business, Facebook Page, Google Business Profile, serta marketplace Shopee dan Tokopedia. Materi tersebut dilengkapi praktik pembuatan konten visual menggunakan Canva dan penyusunan *caption*. Sementara itu, perbaikan kemasan dilakukan melalui penggunaan kemasan *food grade*, pemberian label, serta pencantuman identitas produk untuk memperjelas informasi dan tampilan produk.

Penyampaian materi dipadukan dengan praktik dan pendampingan agar mitra dapat langsung menerapkan pengetahuan yang diperoleh pada aktivitas usaha. Pada bidang produksi, pendampingan dilakukan ketika mitra menggunakan peralatan dan menata ruang kerja. Pengelolaan keuangan diterapkan melalui pencatatan transaksi, penghitungan HPP, dan penyusunan laporan keuangan sederhana. Penggunaan kanal digital didampingi melalui pembuatan materi promosi, pengelolaan akun, dan komunikasi dengan calon konsumen. Penerapan kemasan diarahkan pada penggunaan bahan yang lebih sesuai untuk produk pangan serta penempatan identitas usaha secara konsisten. Interaksi secara langsung selama proses tersebut memberikan kesempatan bagi tim untuk melihat kesulitan yang muncul dan memberikan penyesuaian atau koreksi sesuai kondisi mitra.

Evaluasi dilakukan dengan membandingkan kondisi sebelum program (*baseline*) dan setelah program (*endline*) pada indikator yang telah ditetapkan. Indikator tersebut meliputi kompetensi kewirausahaan, kelengkapan peralatan, keterlaksanaan pencatatan keuangan, dan aktivitas pemasaran. Data diperoleh melalui lembar observasi, wawancara dengan mitra, dan dokumentasi kegiatan. Hasil pengamatan dibandingkan pada kondisi awal dan akhir untuk melihat perubahan pada masing-masing indikator, kemudian diperkaya dengan informasi yang diperoleh melalui wawancara. Analisis dilakukan secara deskriptif kualitatif dengan memperhatikan perubahan yang terlihat di lapangan serta pengalaman mitra selama menerapkan hasil kegiatan.

Persentase pada setiap indikator digunakan untuk menunjukkan arah dan besaran perubahan kondisi, bukan sebagai hasil pengukuran statistik menggunakan instrumen psikometrik baku. Nilai tersebut diperoleh dari penilaian deskriptif tim pendamping melalui lembar observasi dan hasil wawancara. Target masing-masing indikator telah ditetapkan sebelum program dilaksanakan, kemudian capaian *endline* dibandingkan dengan kondisi *baseline*. Cara ini digunakan untuk memberikan gambaran perubahan secara terstruktur sekaligus menjaga agar angka yang disajikan tidak ditafsirkan sebagai hasil pengukuran dengan presisi statistik.

Informasi hasil wawancara digunakan untuk memperjelas perubahan yang tidak dapat sepenuhnya ditunjukkan melalui angka. Keterangan dari mitra mencakup pengalaman dalam menerapkan materi, perubahan praktik pengelolaan usaha, kendala selama kegiatan, serta kebutuhan yang masih dirasakan setelah program. Data tersebut dianalisis dengan membaca keterkaitan antara hasil observasi dan pengalaman mitra, kemudian digunakan untuk memberikan penjelasan terhadap capaian maupun indikator yang belum memenuhi target. Dokumentasi kegiatan turut digunakan sebagai bukti pendukung terhadap proses penerapan pada aspek produksi, keuangan, pemasaran, dan kemasan.

3. HASIL DAN PEMBAHASAN

3.1 Pelaksanaan Program

Program Kemitraan Masyarakat (PKM) pada UMKM Sari Ketan dilaksanakan melalui rangkaian kegiatan yang mencakup peningkatan proses produksi, pengelolaan keuangan, pemasaran digital, dan perbaikan kemasan. Rancangan kegiatan disusun dengan mempertimbangkan kebutuhan aktual mitra yang diperoleh melalui observasi dan wawancara, kemudian diterjemahkan ke dalam bentuk pelatihan, fasilitasi sarana, praktik, dan pendampingan penerapan. Pola tersebut menempatkan mitra sebagai pihak yang terlibat aktif dalam proses pembelajaran dan penerapan, sehingga materi yang diberikan dapat langsung dikaitkan dengan aktivitas usaha sehari-hari. Pendekatan partisipatif digunakan agar proses perubahan tidak hanya berlangsung melalui penyampaian informasi, tetapi juga melalui pengalaman mitra dalam mencoba, menyesuaikan, dan menerapkan pengetahuan yang diperoleh selama program.

Pada aspek produksi, intervensi diarahkan pada penyediaan peralatan yang mendukung proses pengolahan sekaligus penataan ruang kerja. Peralatan yang difasilitasi meliputi kompor, rak besi, dan mesin pengaduk adonan. Penggunaan peralatan tersebut diperkenalkan bersama materi mengenai penataan tata letak ruang produksi dan standarisasi ukuran produk. Penataan ruang tidak hanya mempertimbangkan ketersediaan tempat, tetapi juga hubungan antara posisi peralatan dan alur kerja agar aktivitas produksi dapat dilakukan secara lebih teratur. Standarisasi ukuran produk diperkenalkan untuk membantu mitra menghasilkan produk dengan ukuran yang lebih konsisten dalam proses produksi.



Gambar 1. Diskusi Sesi Pemahaman Bersama (*Shared Understanding*) Terkait Peningkatan Produktivitas Usaha UMKM

Penggunaan peralatan produksi juga menjadi bagian dari proses pembelajaran bagi mitra dalam mengenali kebutuhan usaha. Mitra didorong untuk memahami fungsi peralatan dan mempertimbangkan kebutuhan alat tambahan sesuai dengan perkembangan kegiatan produksi. Salah satu bentuk keterlibatan tersebut terlihat dari inisiatif mitra dalam mencari dan mempelajari alternatif peralatan tambahan, seperti rak besi dan mesin pengaduk adonan, melalui platform *e-commerce* Shopee. Aktivitas tersebut memberikan pengalaman kepada mitra untuk tidak hanya menggunakan sarana yang tersedia, tetapi juga mulai mempertimbangkan kebutuhan peralatan berdasarkan proses produksi yang dijalankan.

Pengelolaan keuangan diberikan melalui pelatihan pencatatan yang disesuaikan dengan kemampuan mitra. Materi mencakup penggunaan buku kas harian, penyusunan laporan laba rugi bulanan, perhitungan Harga Pokok Produksi (HPP), serta pemisahan keuangan usaha dan keuangan pribadi. Tim menyediakan format pencatatan dalam bentuk buku kas dan Excel sederhana agar mitra dapat memilih media yang paling sesuai dengan kebiasaan penggunaannya. Aplikasi BukuWarung juga diperkenalkan sebagai alternatif pencatatan digital yang relatif sederhana untuk mendukung pencatatan transaksi. Pemberian materi dilakukan melalui penjelasan dan praktik agar mitra dapat memahami hubungan antara pencatatan transaksi, biaya produksi, harga jual, dan hasil usaha.

Pemasaran digital dikembangkan melalui pengenalan dan penggunaan beberapa kanal digital yang dapat dimanfaatkan oleh mitra untuk memperkenalkan produknya. Pelatihan yang dilaksanakan pada 30 April 2025 di Kantor Kecamatan Parongpong mencakup aktivasi Instagram Business, pembuatan konten promosi visual menggunakan Canva, pengelolaan Google Business Profile, serta pengenalan fitur marketplace Shopee dan Tokopedia. Mitra juga memperoleh fasilitasi dalam

pembuatan stiker kemasan dan spanduk usaha baru. Kehadiran spanduk tidak hanya berfungsi sebagai identitas usaha, tetapi juga membantu konsumen dan pengemudi ojek daring mengenali lokasi usaha secara lebih mudah.



Gambar 2. Rebranding Logo UMKM Sari Ketan

Penggunaan media digital diarahkan agar mitra memiliki kemampuan dasar untuk mengelola informasi produk secara lebih mandiri. Instagram Business digunakan sebagai media untuk menampilkan produk dan materi promosi, sedangkan Google Business Profile membantu memberikan informasi mengenai keberadaan dan lokasi usaha. Pengenalan Shopee dan Tokopedia memberikan alternatif bagi mitra untuk mengembangkan saluran pemasaran melalui *marketplace*. Keterampilan membuat konten menggunakan Canva melengkapi penggunaan kanal tersebut karena mitra tidak hanya diperkenalkan pada media pemasaran, tetapi juga dibekali kemampuan dasar untuk menghasilkan materi visual yang dapat digunakan dalam komunikasi produk.

Perbaikan kemasan dilakukan dengan mengganti kemasan sebelumnya menggunakan kemasan *food grade* berukuran 200 gram dan 500 gram. Produk dilengkapi stiker label yang mencantumkan nama produk, identitas usaha, dan informasi dasar produk. Spanduk usaha baru juga dipasang di depan rumah produksi untuk meningkatkan visibilitas lokasi. Penggunaan kemasan baru memberikan perubahan pada aspek keamanan pangan sekaligus menyediakan ruang bagi identitas produk untuk ditampilkan secara lebih jelas. Identitas visual yang digunakan pada kemasan juga dapat dipadukan dengan materi pemasaran digital sehingga produk memiliki tampilan yang lebih konsisten ketika diperkenalkan melalui berbagai media.



Gambar 3. Kemasan Produk Sari Ketan

Interaksi antara tim pengabdian dan mitra berlangsung melalui diskusi, praktik, dan penerapan langsung pada aktivitas usaha. Mitra tidak hanya menerima materi mengenai produksi, keuangan, pemasaran, dan kemasan, tetapi terlibat dalam penggunaan peralatan, penerapan pencatatan, pengelolaan kanal digital, serta penggunaan kemasan yang telah diperbaiki. Pola interaksi tersebut memberikan ruang bagi mitra untuk menyampaikan kondisi dan kesulitan yang ditemui selama proses penerapan, sementara tim menyesuaikan arahan dengan kemampuan dan situasi usaha yang dihadapi. Pendekatan partisipatif semacam ini menempatkan pengalaman dan keterlibatan mitra sebagai bagian dari proses pembelajaran dalam program pengabdian.

Rangkaian intervensi tersebut mempertemukan aspek hulu dan hilir dalam pengelolaan usaha. Peralatan dan penataan ruang berkaitan dengan proses menghasilkan produk, pencatatan keuangan

berkaitan dengan pengelolaan transaksi dan biaya usaha, sedangkan pemasaran digital dan kemasan berkaitan dengan cara produk diperkenalkan kepada konsumen. Hubungan tersebut terlihat dalam penerapan program karena perubahan pada sarana produksi disertai pengelolaan usaha dan penataan cara produk ditampilkan kepada pasar. Pendekatan yang menghubungkan berbagai aktivitas usaha dalam satu rangkaian memberikan ruang bagi mitra untuk menerapkan hasil kegiatan secara langsung dalam aktivitas UMKM Sari Ketan.

3.2 Capaian, Kendala, dan Evaluasi Program

Hasil evaluasi menunjukkan adanya perubahan pada sebagian besar indikator yang digunakan untuk menilai capaian program. Kemampuan manajerial usaha yang direpresentasikan melalui penilaian kompetensi kewirausahaan meningkat dari 20% menjadi 80%, kelengkapan dan standar peralatan produksi meningkat dari 50% menjadi 80%, keterlaksanaan pencatatan keuangan meningkat dari 20% menjadi 50%, sedangkan aktivitas dan jangkauan pemasaran digital meningkat dari 50% menjadi 80%. Pada aspek produksi, output harian yang teramati meningkat dari sekitar 20–25 unit menjadi 35–40 unit per hari. Data tersebut menunjukkan bahwa perubahan paling nyata terlihat pada kapasitas produksi dan kemampuan manajerial, sementara pencatatan keuangan masih menjadi indikator dengan capaian paling rendah.

Tabel 1. Evaluasi Capaian Program PKM Sari Ketan (Sebelum–Sesudah)

Aspek	Indikator	Sebelum PKM	Sesudah PKM
Kompetensi Kewirausahaan	Kemampuan manajerial usaha	20%	80%
Peralatan Produksi	Kelengkapan & standar alat	50%	80%
Pencatatan Keuangan	Keterlaksanaan pembukuan	20%	50%
Pemasaran Online	Aktivitas & jangkauan digital	50%	80%
Kapasitas Produksi	Output per hari	±20–25 unit/hari	±35–40 unit/hari (+20–30%)

Peningkatan output produksi menunjukkan bahwa intervensi pada sarana dan proses kerja memberikan perubahan yang dapat diamati pada kemampuan produksi mitra. Ketersediaan kompor, rak besi, dan mesin pengaduk adonan, disertai penataan ruang produksi dan standardisasi ukuran produk, memberikan kondisi kerja yang lebih mendukung proses pengolahan. Produktivitas dalam konteks UMKM tidak hanya berkaitan dengan jumlah produk yang dihasilkan, tetapi juga dengan kemampuan menggunakan input secara lebih efisien. Produktivitas yang lebih baik dapat mendorong efisiensi biaya dan memperkuat kapasitas usaha dalam memenuhi kebutuhan pasar (Darmawan, 2025; Wahyuni et al., 2025).

Perubahan pada kemampuan manajerial juga menunjukkan bahwa intervensi tidak hanya memberikan tambahan sarana fisik, tetapi mulai membangun kapasitas pengelolaan usaha. Penilaian kompetensi kewirausahaan meningkat dari 20% menjadi 80%. Capaian tersebut perlu dipahami sebagai hasil penilaian tim dan mitra terhadap kemampuan manajerial usaha, bukan sebagai pengukuran psikometrik terhadap kompetensi kewirausahaan secara menyeluruh. Keterlibatan mitra dalam mencari peralatan tambahan dan menerapkan sebagian materi yang diberikan menunjukkan adanya proses penerimaan pengetahuan dan keterampilan yang mulai masuk ke dalam aktivitas usaha. Pendekatan partisipatif dapat mendorong penerimaan terhadap intervensi karena mitra ditempatkan sebagai pelaku aktif dalam proses perubahan.

Capaian pada pengelolaan keuangan memperlihatkan perubahan yang lebih terbatas. Keterlaksanaan pencatatan meningkat dari 20% menjadi 50%, tetapi masih berada di bawah target minimal 80%. Perubahan ini menunjukkan bahwa mitra mulai menerapkan pencatatan transaksi, tetapi praktik tersebut belum sepenuhnya menjadi kebiasaan yang konsisten. Kondisi tersebut penting dibedakan dari peningkatan literasi keuangan secara utuh karena evaluasi program belum mengukur kemampuan menghitung HPP, laba, dan arus kas secara terpisah. Pencatatan keuangan yang tertib tetap merupakan fondasi penting bagi UMKM untuk mengetahui kondisi usaha, mengendalikan biaya, dan membangun rekam jejak keuangan yang dapat mendukung akses pembiayaan formal (Abdurohim et al., 2023; Firdaus et al., 2025).

Belum tercapainya target pencatatan keuangan berkaitan dengan beberapa kondisi yang ditemukan selama program. Mitra sebelumnya belum memiliki kebiasaan melakukan pencatatan

sehingga proses pembelajaran dimulai dari kondisi awal yang sangat terbatas. Instrumen seperti laporan laba rugi bulanan dan perhitungan HPP juga relatif lebih kompleks dibandingkan praktik keuangan yang selama ini dilakukan. Pembentukan kebiasaan baru membutuhkan pengulangan dan waktu penerapan yang cukup, sedangkan pelaksanaan program menghadapi keterbatasan waktu pendampingan intensif. Penyesuaian jadwal dengan kondisi lapangan juga menjadi salah satu kendala, meskipun fleksibilitas mitra dan kemampuan adaptasi tim membantu menjaga kegiatan tetap berjalan.

Aktivasi kanal pemasaran digital menghasilkan perubahan pada keberadaan usaha di ruang digital. Nilai indikator aktivitas dan jangkauan pemasaran meningkat dari 50% menjadi 80% melalui pemanfaatan Instagram Business, Google Business Profile, serta penajakan penggunaan marketplace. Informasi mengenai adanya pertanyaan dari calon pembeli yang berasal dari Malaysia dan Australia menunjukkan munculnya respons dari luar pasar lokal, tetapi informasi tersebut masih bersifat anekdotal dan belum dapat digunakan sebagai bukti peningkatan transaksi atau omzet. Pemanfaatan media sosial dan marketplace memang berpotensi memperluas jangkauan pasar UMKM, tetapi dampaknya terhadap penjualan perlu ditunjukkan melalui data transaksi yang terdokumentasi.

Perbaikan kemasan menghasilkan capaian yang bersifat nyata pada tingkat output. Seluruh produk telah menggunakan kemasan *food grade* berukuran 200 gram dan 500 gram serta dilengkapi label yang mencantumkan nama produk, identitas usaha, dan informasi dasar produk. Perubahan tersebut memperbaiki aspek keamanan pangan sekaligus memperjelas identitas produk. Kemasan juga memiliki fungsi komunikasi karena menjadi bagian pertama dari produk yang berhadapan dengan konsumen dan dapat mendukung pembentukan persepsi terhadap kualitas produk. Inovasi desain kemasan juga dilaporkan berkontribusi terhadap daya saing produk UMKM di wilayah Kabupaten Bandung Barat (Najib et al., 2022).

Perubahan pada kemasan, pemasaran digital, dan produksi menunjukkan hubungan yang saling mendukung. Peningkatan kapasitas produksi memberikan peluang bagi mitra untuk menghasilkan lebih banyak produk, sedangkan kemasan dan identitas visual memberikan bentuk penyajian yang lebih sesuai untuk dipasarkan. Kanal digital kemudian menyediakan ruang untuk memperkenalkan produk tersebut kepada konsumen di luar jangkauan pemasaran sebelumnya. Hubungan antaraspek ini memperlihatkan bahwa peningkatan produktivitas usaha tidak cukup dipahami hanya dari bertambahnya jumlah output, tetapi juga dari kemampuan mengelola produk dan mempertemukannya dengan pasar. Pendekatan pengembangan UMKM yang terintegrasi diperlukan karena peningkatan daya saing dipengaruhi oleh keterkaitan antara kemampuan produksi, manajemen, pemasaran, dan pengelolaan usaha.

Kendala lain yang ditemukan berada di luar intervensi teknis program, terutama pada ketersediaan bahan baku beras ketan khusus dan akses terhadap permodalan formal. Keterbatasan rantai pasok dapat memengaruhi kesinambungan produksi ketika bahan baku tidak tersedia dalam jumlah dan waktu yang sesuai, sedangkan keterbatasan akses modal berkaitan dengan kemampuan usaha menyediakan pembiayaan untuk kebutuhan pengembangan. Kondisi pencatatan keuangan yang belum tertib juga menjadi salah satu faktor yang membatasi terbentuknya rekam jejak keuangan yang dapat digunakan dalam pengajuan pembiayaan formal. Kedua persoalan tersebut menunjukkan bahwa peningkatan kapasitas internal usaha perlu berjalan beriringan dengan dukungan terhadap aspek eksternal yang memengaruhi keberlangsungan kegiatan produksi.

Penilaian terhadap hasil program juga perlu mempertimbangkan keterbatasan data outcome usaha. Perubahan pada kapasitas produksi dapat diamati melalui jumlah output harian, tetapi dampak intervensi terhadap omzet, volume transaksi, dan peningkatan penjualan belum diukur secara sistematis. Hal yang sama berlaku pada pemasaran digital karena aktivasi kanal dan munculnya pertanyaan calon pembeli belum cukup untuk menyimpulkan terjadinya perluasan pasar secara kuantitatif. Kondisi tersebut membuat capaian program lebih tepat dibaca sebagai perubahan pada kapasitas dan praktik pengelolaan usaha, sementara dampak ekonominya masih memerlukan pembuktian melalui pencatatan transaksi dan indikator kinerja usaha yang lebih terukur.

Capaian tersebut memperlihatkan pola perubahan yang tidak seragam pada setiap indikator. Produksi, peralatan, kompetensi manajerial, dan aktivitas pemasaran menunjukkan peningkatan yang relatif lebih tinggi, sedangkan pencatatan keuangan berkembang lebih lambat. Perbedaan ini menunjukkan bahwa perubahan perilaku pengelolaan keuangan membutuhkan proses pembiasaan yang lebih panjang dibandingkan intervensi yang hasilnya dapat langsung diamati melalui penggunaan peralatan atau aktivasi kanal pemasaran. Temuan tersebut memperkuat pentingnya menilai hasil

program bukan hanya dari tercapai atau tidaknya target, tetapi juga dari karakter perubahan yang terjadi pada masing-masing aspek usaha.

3.3 Rencana Tindak Lanjut

Hasil evaluasi menunjukkan bahwa keberlanjutan program perlu diarahkan terutama pada aspek yang belum mencapai target, tanpa mengabaikan praktik yang telah mulai diterapkan oleh mitra. Pencatatan keuangan menjadi prioritas karena keterlaksanaannya baru mencapai 50%, sedangkan target yang ditetapkan berada pada tingkat minimal 80%. Langkah yang direncanakan berupa penyederhanaan instrumen pencatatan dan peningkatan intensitas pembiasaan pencatatan transaksi agar aktivitas tersebut dapat menjadi bagian dari pengelolaan usaha sehari-hari. Fokus tersebut penting karena pencatatan yang konsisten tidak hanya membantu mengetahui arus transaksi dan biaya usaha, tetapi juga menyediakan rekam jejak keuangan yang diperlukan dalam pengelolaan usaha dan akses pembiayaan.

Aspek permodalan juga menjadi perhatian dalam rencana tindak lanjut karena keterbatasan akses terhadap pembiayaan formal masih ditemukan pada mitra. Alternatif yang dapat ditempuh mencakup fasilitasi akses terhadap Kredit Usaha Rakyat (KUR) maupun skema pembiayaan berbasis komunitas yang disesuaikan dengan kapasitas usaha. Upaya tersebut perlu ditempatkan bersamaan dengan perbaikan pencatatan keuangan karena dokumentasi transaksi yang lebih tertib dapat membantu membangun rekam jejak usaha sebagai salah satu dasar dalam mengakses sumber pembiayaan.

Ketersediaan bahan baku beras ketan khusus menjadi aspek lain yang perlu mendapat perhatian karena berkaitan langsung dengan kesinambungan proses produksi. Rencana tindak lanjut diarahkan pada fasilitasi jejaring pemasok melalui kemungkinan kemitraan dengan kelompok tani lokal. Hubungan pemasok yang lebih terstruktur diharapkan dapat membantu mitra memperoleh bahan baku sesuai kebutuhan produksi dan mengurangi ketergantungan pada ketersediaan bahan baku yang tidak selalu dapat dipastikan. Persoalan rantai pasok ini merupakan faktor eksternal yang berada di luar intervensi teknis program, tetapi memiliki keterkaitan langsung dengan keberlangsungan aktivitas usaha.

Pemanfaatan pemasaran digital perlu dilanjutkan melalui pencatatan transaksi yang lebih sistematis pada setiap kanal yang telah diperkenalkan. Aktivasi Instagram Business, Google Business Profile, serta penjajakan marketplace telah menghasilkan perubahan pada aktivitas pemasaran, tetapi dampaknya terhadap transaksi dan penjualan belum dapat ditentukan karena belum tersedia data yang terdokumentasi secara konsisten. Pencatatan jumlah pertanyaan konsumen, pesanan, transaksi, nilai penjualan, dan kanal asal konsumen dapat digunakan untuk mengetahui kanal pemasaran yang memberikan respons paling nyata. Informasi mengenai minat calon pembeli dari Malaysia dan Australia juga perlu diverifikasi melalui data transaksi agar tidak hanya menjadi informasi anekdotal mengenai perluasan pasar.

Keberlanjutan hasil program juga perlu ditopang oleh konsistensi praktik yang telah diterapkan pada produksi, pengelolaan usaha, pemasaran, dan kemasan. Inisiatif mitra dalam mencari peralatan tambahan serta mulai menerapkan pencatatan keuangan menunjukkan adanya keterlibatan aktif dalam mengadopsi hasil kegiatan, meskipun keberlangsungan perilaku tersebut setelah seluruh kegiatan berakhir belum diverifikasi melalui pengamatan independen. Kondisi ini menunjukkan pentingnya menjadikan praktik yang telah diperkenalkan sebagai bagian dari rutinitas pengelolaan UMKM, terutama melalui penggunaan instrumen yang sederhana, mudah dipahami, dan sesuai dengan kapasitas usaha. Pendekatan terintegrasi dan partisipatif tetap relevan untuk mendukung keberlanjutan hasil intervensi pada UMKM.

Fokus keberlanjutan diarahkan pada pencatatan keuangan, akses permodalan, ketersediaan bahan baku, dan pengukuran pemasaran digital sebagai aspek yang masih memerlukan penguatan. Pendekatan tersebut memungkinkan hasil kegiatan yang telah diterapkan tetap dipertahankan, sekaligus memberikan ruang untuk memperbaiki indikator yang belum mencapai target melalui praktik yang lebih konsisten dan terukur. Penguatan pada aspek-aspek tersebut juga penting untuk mendukung pengelolaan usaha yang lebih tertib dan menyediakan data yang memadai dalam menilai perkembangan usaha pada periode selanjutnya.

4. KESIMPULAN

Program Kemitraan Masyarakat pada UMKM Sari Ketan Olahan Khas Ciwaruga, Kabupaten Bandung Barat, menghasilkan peningkatan pada kapasitas produksi, kemampuan manajerial,

pengelolaan keuangan, pemasaran digital, dan kemasan produk. Kapasitas produksi meningkat dari 20–25 unit menjadi 35–40 unit per hari, kompetensi kewirausahaan dari 20% menjadi 80%, kelengkapan peralatan dari 50% menjadi 80%, serta aktivitas pemasaran digital dari 50% menjadi 80%. Pencatatan keuangan juga meningkat dari 20% menjadi 50%, meskipun belum mencapai target karena penerapannya belum konsisten. Penggunaan peralatan yang lebih sesuai, kemasan *food grade*, penguatan identitas produk, dan pemanfaatan kanal digital memperkuat kapasitas pengelolaan usaha dan mendukung perluasan akses pasar. Hasil tersebut menunjukkan bahwa intervensi yang mengintegrasikan aspek produksi, manajemen, keuangan, dan pemasaran dapat memperkuat kapasitas UMKM, meskipun penguatan pencatatan keuangan, akses permodalan, ketersediaan bahan baku, serta dokumentasi transaksi masih diperlukan untuk mendukung perkembangan usaha secara berkelanjutan.

UCAPAN TERIMA KASIH

Penulis mengucapkan terima kasih kepada Lembaga Penelitian dan Pengabdian kepada Masyarakat (LPPM) Universitas Pasundan atas dukungan fasilitasi pelaksanaan Program Kemitraan Masyarakat.

DAFTAR PUSTAKA

- Abdurohim, D., Ramdan, A. M., & Novendra, A. M. (2024). BABARI.ID Contract Manufacturer (Maklon) Platform To Create New Entrepreneur In West Java Indonesia: An Adoption Of Technopreneurship. *Tec Empresarial*, 6(1), Article 1. <https://revistastecac.cr/index.php/TEC/article/view/208>
- Abdurohim, D., Susila, Y., & Novendra, A. M. (2023). Strategi Bertahan dan Pemasaran Online Di Masa Pandemi COVID-19 UKM Kota Bandung Studi Kasus Usaha Kecil Rajut. *Kebijakan : Jurnal Ilmu Administrasi*, 14(1), 56–72. <https://doi.org/10.23969/kebijakan.v14i1.5860>
- Abid, K., & Polo, F. (2025). Talent development through intrapreneurship: A human-capital approach in French SMEs. *European Journal of Training and Development*. <https://doi.org/10.1108/EJTD-11-2024-0162>
- Acilar, A., & Sæbø, Ø. (2021). Towards understanding the gender digital divide: A systematic literature review. *Global Knowledge, Memory and Communication*, 72(3), 233–249. <https://doi.org/10.1108/GKMC-09-2021-0147>
- Alamandi, M. (2025). Sustainable Innovation Management: Balancing Economic Growth and Environmental Responsibility. *Sustainability*, 17(10), 4362. <https://doi.org/10.3390/su17104362>
- Apriani, A., Wahdiniawati, S. A., Meliantari, D., Tarmizi, A., & Sani, I. (2024). Blue Ocean Strategy and its Role in Enhancing Business Competitiveness. *Seascapeid Journal of Economics, Management, and Business*, 1(1), 64–73.
- Barile, D., Secundo, G., & Magnusson, M. (2025). Exploring the digital innovation ecosystem from the perspective of platform-based startups: A case study in the film industry. *European Journal of Innovation Management*, 1–24. <https://doi.org/10.1108/EJIM-09-2024-1040>
- Darmawan, D. (2025). Human Capital Development in Knowledge-Based Organization and Continuous Learning. *International Journal of Service Science, Management, Engineering, and Technology*, 7(1), 1–6.
- Firdaus, S., Nurhayati, N., & Wicaksono, F. (2025). Analisis Laporan Keuangan Diukur dari Rasio Aktivitas dan Rasio Profitabilitas pada KPBS Pangalengan Periode 2021-2023. *Jurnal Bisnis Indonesia*, 16(2), 81–101. <https://doi.org/10.33005/jbi.v16i2.5436>
- Geuijen, K., Moore, M., Cederquist, A., Ronning, R., & van Twist, M. (2017). Creating public value in global wicked problems. *Public Management Review*, 19(5), 621–639. <https://doi.org/10.1080/14719037.2016.1192163>
- Hasan, S. S. E., Farisi, M. S. A., & Ferdinand, N. (2023). Optimalisasi Potensi dan Peningkatan Daya Saing UMKM Cileungsi Melalui Program Pengabdian Masyarakat. *Jabdimas: Jurnal Pengabdian Masyarakat*, 1(1), 8–13. <https://doi.org/10.56457/jabdimas.v1i1.49>
- Hindarsah, I., Abdurochim, D., & Dinihayati, E. (2021). Business Model Innovation (Case Study of Family Business in Kopo Jujitsu Indonesia (KJI) and Women Self Defense Kopo Ryu (WSDK)

- in West Java. *Proceeding The First International Conference on Government Education Management and Tourism*, 1(1), 712–718.
- Manuel, S. F. S., Fitriyah - -, & Erowati, D.-. (2024). Penerapan Konsep *What's The Problem Represented To Be Approach* Dalam Pembentukan Badan Usaha Milik Desa: Studi Kasus Pasar Desa Cipeundeuy, Kabupaten Bandung Barat. *Journal of Politic and Government Studies*, 13(4), 271–281.
- 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), 12–36. <https://doi.org/10.47861/sammajiva.v2i2.980>
- Najib, M. F., Februadi, A., Djarnika, T., Rafdinal, W., Lasambouw, C. M., & Nuryati, N. (2022). Inovasi Desain Kemasan (Packaging) sebagai Faktor Peningkatan Daya Saing Produk UMKM di Desa Ciwarua, Kabupaten Bandung Barat. *Dinamisia : Jurnal Pengabdian Kepada Masyarakat*, 6(1), 56–64. <https://doi.org/10.31849/dinamisia.v6i1.8397>
- Septariano, B., & Sari, I. P. (2021). Keperantaraan Pasar dengan Alternatif Pembiayaan Crowdfunding: Kerja Kolaboratif Pemerintah Daerah-Swasta-Masyarakat Dalam Upaya Menambah Pendapatan Warga Miskin di Kabupaten Trenggalek. *Prosiding Seminar Nasional Penanggulangan Kemiskinan*, 1(1). <https://conference.trunojoyo.ac.id/pub/semnaspk/article/view/37>
- Wahyuni, N. M., Setini, M., & Dewi, K. G. P. (2025). Improving Innovation Behavior through Leadership Style and Human Capital in SMEs: The Role of Corporate Entrepreneurship Mediation : *Asian Journal of Management, Entrepreneurship and Social Science*, 5(01), 215–241. <https://doi.org/10.63922/ajmesc.v5i01.1215>
- Widyaningsih, A. Y. Y. (2024). Pengembangan Kebudayaan Melalui Pemberdayaan Masyarakat Di Desa Cipeundeuy Kecamatan Padalarang Kabupaten Bandung Barat. *Bookchapter ISBI Bandung*. <https://jurnal.isbi.ac.id/index.php/bookchapter/article/view/4384>