

PENGEMBANGAN UMKM MELALUI PELATIHAN BRANDING, PEMASARAN DIGITAL DAN PENERAPAN AKUNTANSI BERBASIS APLIKASI DI DESA BINANGA KECAMATAN SENDANA

Development Of Umkm Through Branding Training, Digital Marketing And Implementation Of Application-Based Accounting In Binanga Village, Sendana District

Eni Novitasari¹, Haeruddin Hafid², Sri Amalia Edy³, A. Nur Farahdiba Suriadi⁴

¹Program Studi Akuntansi, Universitas Sulawesi Barat, ²Program Studi Manajemen, Universitas Sulawesi Barat, ³Program Studi Akuntansi, Universitas Sulawesi Barat

⁴Program Studi Akuntansi, Universitas Sulawesi Barat

Jl. Prof. Dr. Baharuddin Lopa, SH., Banggae Timur, Kabupaten Majene

*Alamat Korespondensi: haeruddin@unsulbar.ac.id

(Tanggal Submission : 12 September 2024, Tanggal Accepted : 24 November 2024)



Kata Kunci :

UMKM,
Branding,
Pemasaran
Digital, Aplikasi
Akuntansi, Desa
Binanga

Abstrak :

Desa Binanga merupakan salah satu desa yang memiliki pelaku UMKM yang cukup besar di Kecamatan Sendana. Berdasarkan hasil observasi, UMKM di Desa Binanga masih kurang optimal dalam menjalankan usahanya. Hal ini perlu menjadi perhatian khusus mengingat potensi peningkatan UMKM merupakan salah satu aspek penting yang dapat meningkatkan kesejahteraan masyarakat di Desa Binanga. Oleh karena itu, tim pengabdian melakukan kegiatan pengabdian untuk membantu menyelesaikan permasalahan tersebut. Kegiatan pengabdian ini dilaksanakan dengan merujuk kepada sasaran pembangunan ekonomi yang berupa penciptaan kesempatan kerja dan pemerataan pendapatan. Adapun solusi yang tim pengabdian berikan yaitu Peningkatan pemahaman pelaku UMKM dengan pelatihan branding produk, Peningkatkan pemasaran produk dengan pelatihan pemanfaatan media digital dalam melakukan pemasaran produk, dan Peningkatan pengetahuan akuntansi berbasis aplikasi dalam pencatatan keuangan dengan pelatihan penerapan akuntansi berbasis aplikasi. Adapun hasil dari pengabdian ini, desa mitra merasa sangat puas dengan pelatihan yang kami lakukan karena dapat meningkatkan daya saing produk lokal Desa Binanga dan meningkatkan akuntabilitas pencatatan dan perhitungan harga jual dan keuntungan.

Key word :

UMKM,
Branding, Digital
Marketing,
Accounting

Abstract :

Binanga Village is one of the villages that has quite a large number of UMKM in Sendana District. Based on observations, UMKM in Binanga Village are still not optimal in running their business. This needs special attention considering that the potential for increasing UMKM is one of the important aspects that can improve the welfare of the community in Binanga Village. Therefore, the service



*Application,
Binanga Village*

team carries out service activities to help resolve these problems. This service activity is carried out with reference to economic development targets in the form of creating job opportunities and equal distribution of income. The solutions that the service team provides are increasing understanding of UMKM players with product branding training, increasing product marketing with training on the use of digital media in marketing products, and increasing knowledge of application-based accounting in financial recording with training in the application of application-based accounting. As for the results of this service, the partner villages were very satisfied with the training we carried out because it was able to increase the competitiveness of local products in Binanga Village and increase accountability for recording and calculating selling prices and profits.

Panduan sitasi / citation guidance (APPA 7th edition) :

Novitasari, E., Hafid, H., Edy, S. A., Suriadi, A. N. F. (2024). Pengembangan Umkm Melalui Pelatihan Branding, Pemasaran Digital Dan Penerapan Akuntansi Berbasis Aplikasi Di Desa Binanga Kecamatan Sendana. *Jurnal Abdi Insani*, 11(4), 2841-2849. <https://doi.org/10.29303/abdiinsani.v11i4.1954>

PENDAHULUAN

Dewasa ini, perkembangan UMKM jumlahnya telah meningkat pesat, UMKM memberikan kontribusi terhadap penyerapan tenaga kerja rata-rata sebesar 96,66% terhadap total keseluruhan tenaga kerja nasional, sedangkan usaha besar hanya memberikan kontribusi rata-rata 3,32% terhadap tenaga kerja nasional. Tingginya kemampuan UMKM dalam menciptakan kesempatan kerja mengindikasikan bahwa UMKM memiliki potensi yang cukup besar untuk dikembangkan di seluruh wilayah tanah air. Namun di sisi lain, UMKM memiliki banyak kendala yaitu keterbatasan modal kerja, sumber daya manusia yang rendah, dan kurangnya penguasaan ilmu pengetahuan dan teknologi. Pemberian informasi dan jaringan pasar, kemudahan akses pendanaan, pendampingan serta peningkatan kapasitas teknologi informasi adalah upaya peningkatan daya saing UMKM Indonesia.

Kabupaten Majene merupakan salah satu dari enam kabupaten yang berada di wilayah Provinsi Sulawesi Barat, yang memiliki perkembangan UMKM yang cukup pesat. Menurut BPS Provinsi Sulawesi Barat, (2022) Kabupaten Majene mengalami peningkatan UMKM dari tahun ketahun hingga mencapai 1.000 UMKM setiap tahunnya. Kabupaten Majene secara administratif terbagi ke dalam 8 kecamatan yang terdiri atas 82 desa/kelurahan. Salah satu kecamatan yang ada di Kabupaten Majene adalah Kecamatan Sendana. Kecamatan Sendana terdiri dari 16 desa/kelurahan. Salah satu desa yang ada di Kecamatan Sendana adalah Desa Binanga. Desa Binanga merupakan desa yang memiliki pelaku UMKM yang cukup besar di Kecamatan Sendana.

Dalam rangka implementasi kebijakan Otonomi Daerah, pembinaan terhadap kelompok Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah dalam menggerakkan usaha-usaha ke arah tercapainya sasaran pembangunan ekonomi yang berupa penciptaan kesempatan kerja dan pemerataan pendapatan. Pembangunan ekonomi harus mengarahkan adanya suatu hasil atau pemerataan sejajar antar wilayah di daerah. Ketidakseimbangan struktural dan ekonomi cenderung terjadi di wilayah pedesaan. Oleh karena itu, menganalisis ketidakseimbangan pembangunan khususnya di daerah pedesaan perlu menjadi perhatian masyarakat maupun pemerintah. Melihat dari mata pencaharian penduduk di desa ini didominasi oleh petani, maka sudah menjadi hal yang pasti bahwa kondisi alam adalah penentu meningkatnya kesejahteraan ekonomi. Hasil dari perkebunan di Desa Binanga cukup baik seperti tanaman jagung, pisang, kelapa dan Ubi. Selain di bidang pertanian, masyarakat Desa Binanga mempunyai usaha sampingan yang dilakukan dengan sistem home industry atau UMKM seperti, pembuatan bolu paranggi dan minyak kelapa.

Pemerintah Desa Binanga yang merupakan mitra dalam program pengabdian ini memiliki pelaku UMKM yang cukup banyak dibandingkan dengan desa lain yang berada di Kecamatan Sendana.



Namun berdasarkan hasil observasi, UMKM tersebut masih kurang optimal dalam menjalankan usahanya. Salah satu contohnya adalah UMKM yang dikelola secara perseorangan atau rumah tangga dengan pemasaran disetorkan kepada para pedagang di pasar maupun melalui pemesanan terlebih dahulu. Tentu saja hal ini perlu menjadi perhatian khusus mengingat potensi peningkatan UMKM merupakan salah satu aspek penting yang dapat meningkatkan kesejahteraan masyarakat di Desa Binanga. Menurut Setyowati (2023) Perkembangan UMKM berkontribusi dalam meningkatkan kesempatan kerja dan pemanfaatan potensi sumber daya alam serta sumber daya manusia, yang pada gilirannya berdampak positif pada pertumbuhan ekonomi suatu negara.



Gambar 1. Produk UMKM Minyak Kelapa dan Bolu Paranggi

Permasalahan pertama dari mitra Desa Binanga yaitu rendahnya pemahaman pelaku UMKM dalam menentukan strategi branding untuk produk yang dihasilkan. Permasalahan kedua dari mitra yaitu belum maksimalnya penggunaan media digital dalam melakukan pemasaran produk yang dihasilkan. Permasalahan ketiga dari mitra yaitu kurangnya pengetahuan akuntansi berbasis aplikasi dalam pencatatan keuangan yang dilakukan oleh pelaku UMKM di Desa Binanga.

Tujuan kegiatan yang diangkat pada program kemitraan masyarakat (PKM) ini adalah 1) Peningkatan pemahaman pelaku UMKM dengan pelatihan branding untuk produk yang dihasilkan, 2) Peningkatan pemasaran produk dengan pelatihan pemanfaatan media digital dalam melakukan pemasaran produk, 3) Peningkatan pengetahuan dalam menggunakan aplikasi dalam pencatatan keuangan dengan pelatihan penerapan akuntansi berbasis aplikasi dalam pencatatan keuangan. Kegiatan PKM ini juga akan menjadi wadah bagi kegiatan kampus merdeka yaitu membangun Desa yang dapat diikuti oleh mahasiswa, dan diharapkan dapat meningkatkan Indikator Kinerja Utama (IKU) Perguruan Tinggi yaitu IKU 5 terkait hasil kerja dosen digunakan oleh masyarakat, IKU 2 terkait mahasiswa mendapat pengalaman di luar kampus, kelas kolaboratif dan partisipatif dan IKU 7 dengan menjadikan permasalahan mitra sebagai bahan pembelajaran berbasis studi kasus.

METODE KEGIATAN

Kegiatan pengabdian ini dilaksanakan pada tanggal 2 Juli 2024 di Kantor Desa Binanga Kecamatan Sendana Kabupaten Majene. Total peserta yang hadir berjumlah 20 (dua puluh) orang yang terdiri dari Kepala Desa Binanga, Aparat Desa dan Pelaku UMKM Desa Binanga. Adapun peserta yang hadir yaitu Kepala Desa beserta aparat desa, dan pelaku UMKM di Desa Binanga. Adapun tahapan dalam kegiatan ini yaitu:

1. Tahap Persiapan

Sebelum kegiatan PKM ini dilaksanakan, terlebih dahulu dilakukan pertemuan dengan Kepala Desa Binanga beserta aparat desa guna membahas tahap persiapan dalam melaksanakan kegiatan seperti peserta, lokasi, dan waktu pelaksanaan.

2. Pelatihan Branding Untuk Produk

Pelatihan ini untuk memberikan pemahaman terkait strategi branding dalam upaya membentuk kesadaran (brand awareness) calon konsumen potensial pada produk yang

dihasilkan. Berdasarkan hasil riset yang dilakukan oleh Maryam *et al.*, (2023) menunjukkan bahwa merek sendiri berfungsi sebagai value indicator yaitu menggambarkan seberapa kokoh value atau nilai yang ditawarkan kepada pelanggan, sehingga merek menggambarkan nilai yang ditawarkan dan mempunyai peranan penting bagi konsumen dalam menetapkan pilihannya. Hal ini tentu menjadi solusi bagi mitra Desa Binanga dalam memilih brand yang sesuai dengan produk yang dihasilkan. Pelatihannya dilaksanakan secara tatap muka terbatas melalui metode ceramah dan tanya jawab.

3. Pelatihan Pemanfaatan Media Digital Dalam Melakukan Pemasaran Produk.

Pelaksanaan pelatihan pemanfaatan media digital khususnya pada sosial media seperti Facebook dan Instagram dalam melakukan pemasaran bertujuan untuk memberikan pemahaman terkait pentingnya pemanfaatan media sosial dalam melakukan pemasaran produk yang dimiliki oleh pelaku UMKM. Media digital dapat meningkatkan efektifitas dan efisiensi dalam penggunaan iklan untuk kepentingan usaha atau bisnis (Sadiyah *et al.*, 2020). Berdasarkan temuan riset yang pernah dilakukan Hafid *et al.*, (2022) menunjukkan bahwa dengan melakukan pemasaran secara online dapat meningkatkan minat masyarakat terhadap produk yang dipasarkan. Oleh karena itu, pemanfaatan media digital khususnya sosial media dalam melakukan dapat membantu meningkatkan jumlah pengunjung. Sejalan dengan hal tersebut, hasil riset yang dilakukan oleh ketua pengusul dan anggota tim pengusul menyatakan bahwa untuk meningkatkan akses pasar mitra maka perlu dilakukan pelatihan pemasaran dengan memanfaatkan media sosial (Hafid *et al.*, 2023). Adapun metode pelaksanaannya terdiri dari ceramah dan tanya jawab.

4. Pelatihan Penerapan Akuntansi Berbasis Aplikasi Dalam Pencatatan Keuangan.

Pelatihan ini bertujuan untuk meningkatkan pemahaman pelaku UMKM bahwa menerapkan pencatatan akuntansi berbasis aplikasi seperti Si Apik dan Monefy dalam menjalankan usaha merupakan hal yang penting untuk keberlangsungan usaha. Pemanfaatan aplikasi teknologi akuntansi tentunya akan sangat membantu pelaku UMKM yang masih minim pengetahuan tentang akuntansi (Yusran *et al.*, 2024). Penggunaan akuntansi dapat digunakan kapanpun dan dimanapun (Febriyani *et al.*, 2023). Adapun metode pelaksanaannya terdiri dari ceramah dan tanya jawab.

5. Partisipasi Mitra

Partisipasi mitra dalam kegiatan PKM ini meliputi:

- a. Mitra sebagai penyedia tempat untuk penyelenggaraan program yaitu di wilayah Desa Binanga Kecamatan Sendana.
- b. Mitra berperan sebagai fasilitator untuk pelaku UMKM di Desa Binanga dalam pelatihan branding produk, pelatihan pemasaran digital, dan pelatihan penerapan akuntansi sederhana.
- c. Mitra terlibat secara keseluruhan dalam program PKM meliputi perumusan permasalahan, perencanaan program, penjadwalan kegiatan, pelaksanaan program hingga tahap evaluasi kegiatan.

6. Evaluasi Pelaksanaan Program dan Keberlanjutan Program

a. Evaluasi Pelaksanaan Program Meliputi:

- 1) Evaluasi pencapaian tujuan pelaksanaan program dilakukan dengan angket tanya jawab dan observasi. Evaluasi aspek penyelenggaraan program dilakukan dengan pemberian angket indikator keberhasilan dalam pelaksanaan program, yaitu evaluasi selama proses pelatihan baik pelatihan branding produk, pelatihan pemasaran digital, dan pelatihan penerapan akuntansi sederhana. Evaluasi saat pelaksanaan pelatihan meliputi keterlibatan mitra saat pelatihan.
- 2) Evaluasi Pasca Pelatihan: Keberhasilan kegiatan ini akan dievaluasi berdasarkan taraf penyelesaian materi pelatihan, dan Tim Pengabdian akan melakukan evaluasi dengan mengamati dan memeriksa pemahaman dari mitra.

b. Keberlanjutan Program

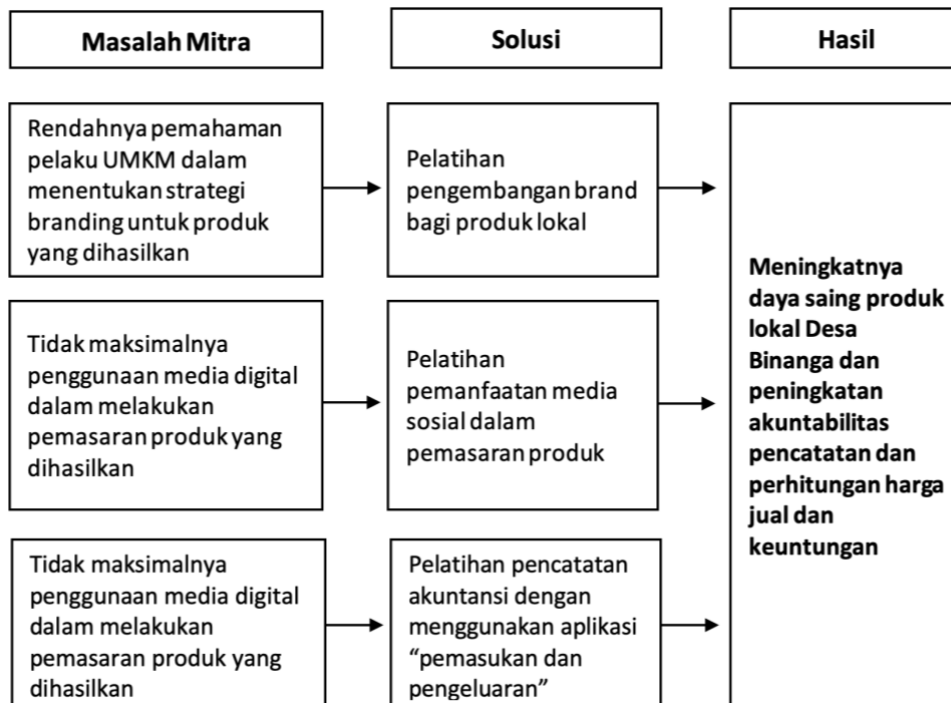
Setelah keseluruhan program selesai dilaksanakan, maka penting untuk direncanakan keberlanjutan program tersebut. Adapun keberlanjutan program di lapangan setelah kegiatan PKM selesai dilaksanakan, meliputi:

- 1) Monitoring hasil pelaksanaan pelatihan branding.
- 2) Monitoring hasil pelaksanaan pelatihan pemasaran digital.
- 3) Monitoring hasil pelaksanaan pelatihan penerapan akuntansi berbasis aplikasi.

HASIL DAN PEMBAHASAN

Pengabdian kepada masyarakat ini dilaksanakan dengan menggunakan metode dengan bentuk sosialisasi dengan memberikan materi kepada peserta atau mitra. Metode sosialisasi ini terdiri dari tiga kegiatan yaitu diskusi, tanya jawab dan evaluasi kepada peserta untuk mengukur tingkat pemahaman peserta mengenai materi pelatihan Branding, Pemasaran Digital dan Pencatatan Akuntansi Berbasis Aplikasi di Desa Binanga. Tahapan kegiatan pertama, dilakukan dengan memberikan materi dan pelatihan branding dan pemasaran digital; dan materi pencatatan akuntansi berbasis aplikasi. Setelah dilakukan pemberian materi, tahapan selanjutnya adalah melakukan tanya jawab. Tahapan tanya jawab dilakukan secara interaktif dengan peserta pelatihan. Pertanyaan yang diajukan oleh peserta lebih banyak berkaitan dengan proses penentuan branding dan aplikasi pemasaran digital yang dapat diterapkan oleh peserta di Desa Binanga.

Kegiatan pengabdian ini dilaksanakan dengan merujuk kepada sasaran pembangunan ekonomi yang berupa penciptaan kesempatan kerja dan pemerataan pendapatan. Penciptaan kesempatan kerja dan pemerataan pendapatan dilakukan dengan cara peningkatan keahlian Usaha Mikro, Kecil dan Menengah dalam hal branding, pemasaran digital dan pencatatan akuntansi berbasis aplikasi, sehingga dapat memberikan kekhasan bagi produk-produk Usaha Mikro, Kecil dan Menengah yang berlokasi di Desa Binanga sekaligus juga membuka peluang pasar yang lebih besar dengan melakukan pemasaran digital berbasis social media.



Gambar 2. Metode Pelaksanaan Pengabdian Masyarakat

Uraian masalah mitra, solusi dan hasil yang dicapai setelah melaksanakan kegiatan pengabdian branding, pemasaran digital dan pencatatan akuntansi berbasis aplikasi ini dapat dilihat pada gambar 2 di atas.

Tahapan awal dalam pelaksanaan kegiatan pengabdian kepada masyarakat yaitu dengan melakukan koordinasi dan perencanaan awal penyusunan materi untuk menjawab permasalahan yang dihadapi oleh mitra. Lokasi pemberian pelatihan dilaksanakan di Kantor Desa Binanga Kecamatan Sendana pada tanggal 20 Agustus 2024.



Gambar 3. Dokumentasi Kegiatan Pelatihan

Adapun beberapa materi yang dianggap relevan dengan masalah yang dihadapi oleh mitra berkaitan dengan peningkatan strategi branding, pemasaran digital dan pencatatan akuntansi dapat dilihat pada Tabel 1.

Tabel 1. Materi Pelatihan Branding, Pemasaran Digital dan Pencatatan Akuntansi

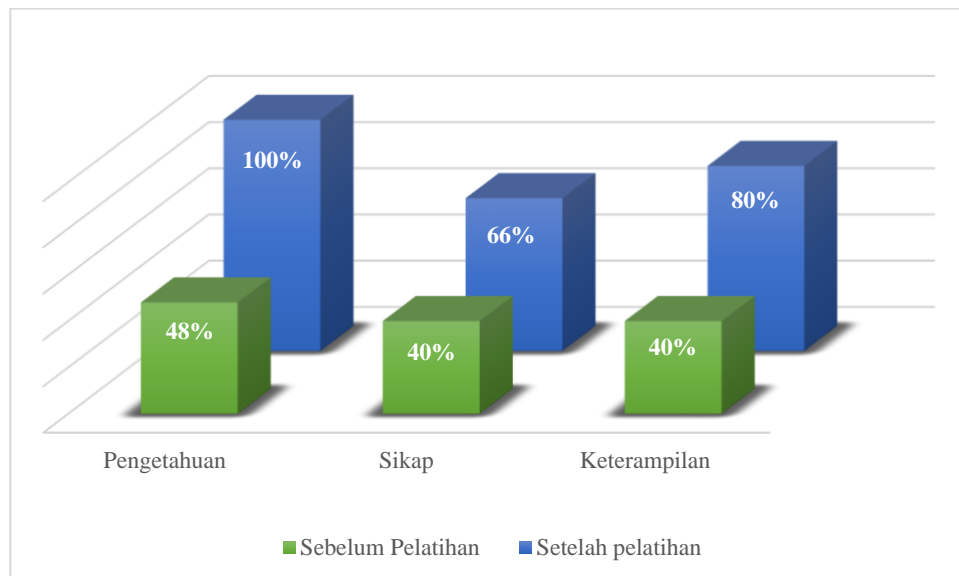
PROGRAM	MATERI PELATIHAN
Permasalahan 1	<i>Brand and Branding</i>
Permasalahan 2	Pelatihan Pemanfaatan Media Sosial sebagai Media Pemasaran Digital
Permasalahan 3	Penentuan Harga Pokok Produksi dan Penjualan Aplikasi Pencatatan Akuntansi : “Pengeluaran dan Pemasukan”
Evaluasi	Evaluasi Hasil Kegiatan

Pelatihan ini dilakukan dengan bentuk pemberian materi dan juga simulasi penggunaan aplikasi Canva sebagai media untuk mendesain brand dan juga desain pemasaran menggunakan sosial media serta simulasi penggunaan aplikasi pencatatan berbasis aplikasi, yaitu pengeluaran dan pencatatan. Tahapan penilaian/evaluasi dilakukan dengan cara menyusun indikator capaian pengetahuan yang diperoleh oleh peserta setelah mengikuti pelatihan. Pengukuran indikator capaian ini dilakukan dengan cara pemberian kuesioner secara langsung kepada peserta pelatihan di Desa Binanga.

Tabel 2. Indikator Kegiatan Pelatihan

CAKUPAN	INDIKATOR
Pengetahuan	Peserta dapat memahami tujuan dari konsep <i>brand</i> dan <i>branding</i>
	Peserta dapat memahami tujuan dari pemanfaatan sosial media dalam melakukan promosi produk- produk lokal di Desa Binanga, Kec. Sendana
	Peserta dapat memahami proses pencatatan akuntansi sederhana dengan menggunakan aplikasi pengeluaran dan pemasukan
Sikap	Peserta menerima/memperhatikan, menilai, mengorganisir, menanggapi pentingnya strategi branding, pemasaran digital dan penggunaan aplikasi pencatatan untuk peningkatan daya saing produk lokal.
Keterampilan	Peserta dapat mengimplementasikan strategi branding dan membuat brand produk sendiri menggunakan aplikasi desain dan memanfaatkan sosial media sebagai media pemasaran digital serta mengimplementasikan pencatatan akuntansi sederhana dengan menggunakan aplikasi pengeluaran dan pemasukan guna meningkatkan akuntabilitas pencatatan dan keakuratan penentuan harga jual dan perhitungan laba usaha.

Berdasarkan pada tabel 2 di atas, indikator capaian akan menjadi acuan justifikasi keberhasilan kegiatan pelatihan sebagai upaya pemecahan masalah yang dihadapi oleh mitra. Cakupan indikator yang diuji yaitu, pengetahuan, sikap dan keterampilan yang tentunya akan mendorong terciptanya keahlian kompetitif bagi UMKM yang ada di Desa Binanga, yang akan berdampak pada penciptaan kesempatan kerja dan pemerataan pendapatan yang lebih besar di Desa Binanga. Pengukuran indikator capaian dilakukan dengan memberikan kuesioner kepada peserta yang mengikuti kegiatan pelatihan. Adapun hasil dari evaluasi indikator capaian kegiatan pelatihan dapat dilihat pada gambar 3, di bawah.



Gambar 4. Evaluasi Pelatihan Branding, Pemasaran Digital dan Pencatatan Akuntansi berbasis Aplikasi di Desa Binanga

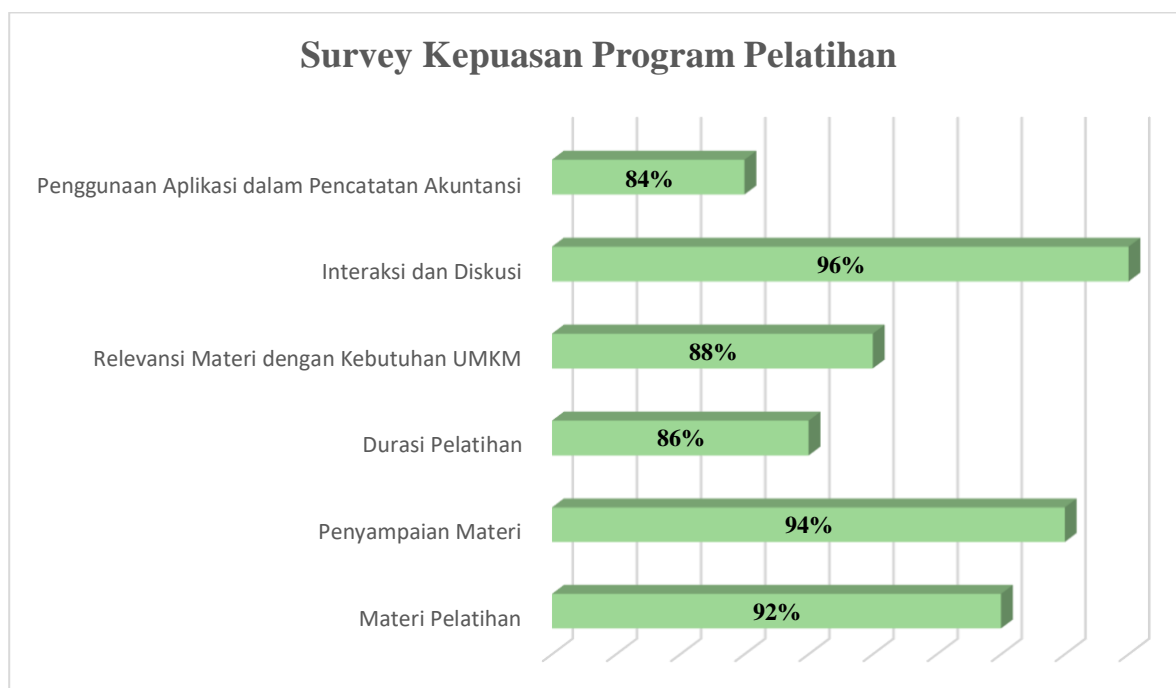
Hasil *pre-test* diperoleh hasil bahwa indikator pengetahuan dari peserta rata-rata sebesar 48% berkaitan dengan indikator-indikator yang menjadi acuan dalam aspek konsep strategi branding, pemasaran digital dan pencatatan akuntansi berbasis aplikasi. Hal ini mengindikasikan bahwa pengetahuan peserta pelatihan masih rendah dan pemasaran serta pencatatan akuntansi yang dilakukan oleh peserta pelatihan hanya didasarkan pada pengetahuan yang bersumber dari kegiatan sehari-hari mereka, tanpa ada pemahaman lebih lanjut yang menyesuaikan perkembangan teknologi dan peluang pasar saat ini. Setelah dilaksanakan pelatihan dan kemudian dilakukan *post-test* didapatkan hasil yang lebih baik dari sebelumnya. Terdapat peningkatan sebesar 52% sehingga hasil pengukuran indikator pengetahuan menjadi 100%. Hal ini menunjukkan adanya peningkatan pemahaman peserta terkait dengan konsep branding, pemasaran digital dan pencatatan akuntansi berbasis aplikasi yang dimiliki mitra yaitu pengusaha yang ada di Desa Binanga.

Dari aspek indikator capaian sikap sendiri, sebelum dilakukan pelatihan diperoleh hasil rata-rata sikap yang ditunjukkan oleh peserta rata-rata berada pada tingkat 40% berkaitan dengan indikator-indikator yang menjadi acuan dalam aspek konsep strategi branding, pemasaran digital dan pencatatan akuntansi berbasis aplikasi. Hal ini mengindikasikan bahwa sikap peserta pelatihan masih rendah berkaitan dengan kepedulian dan perhatian peserta berkaitan dengan branding produk, pemasaran serta pencatatan akuntansi yang digunakan oleh peserta pelatihan selama ini. Mereka hanya melakukan pemasaran seadanya dengan menjajakan produk yang mereka hasilkan di pasar-pasar terdekat tanpa konsep brand apapun dan tidak memiliki motivasi untuk menjual produk yang mereka hasilkan di pasar yang lebih besar, sedangkan dari sisi pencatatan mereka masih melakukan pencatatan akuntansi secara manual dan tidak mempertimbangkan aspek tenaga kerja dan biaya lain-lain diluar biaya bahan baku yang mereka gunakan untuk menghasilkan produk, sehingga perhitungan harga jual yang mereka gunakan tidak akurat. Setelah dilakukan pelatihan, indikator capaian sikap meningkat sebesar 41%. Hal ini menunjukkan bahwa perhatian dan motivasi yang dimiliki oleh peserta pelatihan

meningkat pesat setelah dilakukannya pelatihan strategi branding, pemasaran digital dan pencatatan akuntansi berbasis aplikasi sebesar 68%.

Indikator capaian selanjutnya adalah aspek keterampilan yang mana diperoleh bahwa sebelum dilakukannya pelatihan indikator keterampilan dari peserta rata-rata sebesar 30% yang menunjukkan keterampilan branding, pemasaran dan pencatatan yang dimiliki oleh peserta pelatihan cenderung rendah. Hal ini disebabkan praktik perdagangan yang mereka lakukan hanya berfokus kepada keuntungan jangka pendek yang dapat mereka peroleh, sehingga tentunya tidak memasukkan aspek branding, pemasaran digital dan pencatatan akuntansi dalam mengelola usaha mereka. Namun, setelah dilakukan pelatihan tingkat keterampilan yang dimiliki oleh peserta pelatihan mengalami kenaikan sebesar 41% menjadi 71%.

Proses penilaian berikutnya berkaitan dengan pengukuran *satisfaction index* yang dilakukan kepada peserta pelatihan dengan memberikan survei kepuasan dengan menggunakan kuesioner untuk mengidentifikasi tingkat kepuasan selama mengikuti pelatihan. Hasil dari *satisfaction index* dapat dilihat pada gambar 4 di bawah.



Gambar 5. Hasil Survey Kepuasan Kegiatan Pelatihan

Hasil dari survey kepuasan peserta pelatihan menunjukkan bahwa untuk indikator materi pelatihan rata-rata nilai kepuasan berada pada tingkat 92% yang mengindikasikan bahwa peserta pelatihan merasa puas dengan materi pelatihan yang diberikan. Untuk aspek penyampaian materi berada pada persentase 94% yang juga menunjukkan bahwa peserta pelatihan merasa puas akan penyampaian materi yang diberikan oleh para narasumber. Aspek durasi pelatihan juga berada pada tingkat yang tinggi yaitu pada persentase 86% yang mengindikasikan bahwa durasi pelatihan yang diberikan cukup untuk memberikan pemahaman kepada peserta mengenai materi strategi branding, pemasaran digital dan pencatatan akuntansi berbasis aplikasi. Aspek relevansi juga mencapai 88% yang juga mengindikasikan tingginya tingkat kepuasan peserta berkaitan dengan kebutuhan akan peningkatan pengetahuan dan keterampilan yang peserta inginkan. Pada aspek penggunaan aplikasi pencatatan sendiri, diperoleh hasil 84% yang menunjukkan bahwa tingkat kepuasan yang dirasakan oleh peserta dari penggunaan aplikasi yang berikan saat pelatihan tinggi. Sehingga, dapat disimpulkan bahwa dari keseluruhan aspek yang dinilai dalam survey kepuasan, peserta pelatihan rata-rata merasa puas akan program pelatihan yang telah dijalankan oleh tim pengabdian.

KESIMPULAN DAN SARAN

Berdasarkan hasil pelaksanaan kegiatan, maka kesimpulan yang dapat ditarik ialah terdapat peningkatan pemahaman pelaku UMKM dengan pelatihan branding untuk produk yang dihasilkan, Peningkatan pemasaran produk dengan pelatihan pemanfaatan media digital dalam melakukan pemasaran produk, dan Peningkatan pengetahuan dalam menggunakan aplikasi dalam pencatatan keuangan dengan pelatihan penerapan akuntansi berbasis aplikasi dalam pencatatan keuangan. Hal ini dapat dilihat dari hasil pretest yang telah dilakukan dilihat dari 3 aspek yaitu pengetahuan, sikap dan keterampilan.

UCAPAN TERIMA KASIH

Tim pengabdian mengucapkan terima kasih kepada Universitas Sulawesi Barat atas dukungan pendanaannya melalui DIPA, skema program Hibah Pengabdian Kepada Masyarakat yang tersalurkan oleh Lembaga Penelitian dan Pengabdian kepada Masyarakat (LPPM) . Selain itu, kami juga mengucapkan terima kasih yang sebesar-besarnya kepada Desa Binanga, Kec. Sendana, Kab. Majene, Provinsi Sulawesi Barat atas kerja sama dan bantuannya dalam memfasilitasi akses terhadap pelaksanaan pengabdian ini.

DAFTAR PUSTAKA

- Febriyani, R., Trianto, A., & Sunanto. (2023). Penerapan aplikasi akuntansi berbasis web Si Apik dalam penyusunan laporan keuangan pada UMKM C-Laundry. *Jurnal Ekonomi, Bisnis, Akuntansi dan Sistem Informasi (EKSISTANSI)*, 12(2).
- Hafid, H., Edy, S. A., Fadillah, N., Hidayah, N., & Noor, R. J. (2023). PKM kelompok Mutiara Nepo melalui perbaikan tata kelola, pemasaran, dan diversifikasi produk perikanan dengan pendekatan Sibaliparri. *BERNAS: Jurnal Pengabdian Kepada Masyarakat*, 4(4).
- Hafid, H., Erwin., & Tahawa, T. H. B. (2022). Pelatihan manajemen usaha dan digital marketing untuk peningkatan kesejahteraan Kelompok Wanita Tani (KWT) Wanita Paraita di Kecamatan Bulo. *Minda Baharu*, 6(2), 194–204.
- Maryam, I., & Widjajani, S. (2023). Pelatihan branding dan packaging produk UMKM di Desa Ganggeng Kabupaten Purworejo. *(JTEB) Jurnal Terapan Ekonomi dan Bisnis*, 3(1).
- Sadiyah, K., Septiningrum, L. D., Muhammad, J. H., Gustiasari, D. R., & Darsita, I. (2020). Pengenalan digital marketing dalam upaya meningkatkan penghasilan ibu rumah tangga (IRT) Majelis Taklim Al Auladiyah. *Dedikasi PKM Unpam*, 1(3), 1–8.
- Septiani, D., Ferdiansyah, Sunarto, & Sagantha, F. (2022). Pelatihan pembukuan akuntansi sederhana untuk meningkatkan keunggulan kinerja. *JPMI*, 4(1).
- Setyowati, E., Mustofa, A. H., Yuliawan, D., Astuti, E. N., & Mahasti, H. S. G. D. (2024). Optimalisasi usaha mikro kecil dan menengah (UMKM) melalui pelatihan dasar manajemen di Desa Duri Kecamatan Slahung Kabupaten Ponorogo. *Sewagati: Jurnal Pengabdian Kepada Masyarakat*, 8(1).
- Yusran, M., Hadijah, S., Jumardi, Amirullah, S., Edy, S. A., & Ilham, B. U. (2024). Penerapan aplikasi akuntansi dalam pengelolaan keuangan pada UMKM. *Jurnal Abdi Insani*, 11(1), 598–607.