



## JURNAL ABDI INSANI

Volume 12, Nomor 10, Oktober 2025

<http://abdiinsani.unram.ac.id>. e-ISSN : 2828-3155. p-ISSN : 2828-4321



### PEMBERDAYAAN UMKM BERBASIS DIGITAL MELALUI PELATIHAN KEUANGAN DAN PEMASARAN DIGITAL UNTUK MENINGKATKAN DAYA SAING DAN PERTUMBUHAN BISNIS MENUJU SWASEMBADA EKONOMI

*Digital-Based Empowerment of Msmes Through Financial Training and Digital Marketing to Improve Business Competitiveness and Growth Towards Economic Self-Sufficiency*

**Hatta Setiabudhi<sup>1\*</sup>, Christian Soolany<sup>2</sup>, Syafi'ah<sup>1</sup>, Nana Elistiana<sup>1</sup>, Chipta Olief Fina<sup>1</sup>**

<sup>1</sup>Program Studi Manajemen Universitas Nahdlatul Ulama Al Ghazali Cilacap, <sup>2</sup>Program Studi Teknik Mesin Universitas Nahdlatul Ulama Al Ghazali Cilacap

Jl. Kemerdekaan Barat No.17, Gligir, Kesugihan Kidul, Kabupaten Cilacap, Jawa Tengah 53274

\*Alamat Korespondensi : hattasb@unugha.id

(Tanggal Submission: 16 September 2025, Tanggal Accepted : 25 Oktober 2025)



#### Kata Kunci :

UMKM,  
Pemberdayaan  
Digital,  
Pemasaran  
Digital,  
Keuangan

#### Abstrak :

Usaha Mikro Kecil dan Menengah (UMKM) memiliki peran vital dalam perekonomian Indonesia, berkontribusi pada penyerapan tenaga kerja dan pemerataan kesejahteraan. Namun, banyak pelaku UMKM yang menghadapi kendala dalam pengelolaan keuangan, pemasaran, dan akses terhadap teknologi digital yang memadai. Artikel ini mengangkat pemberdayaan UMKM melalui pelatihan digitalisasi pemasaran, penyusunan proposal bisnis, serta pengelolaan keuangan berbasis aplikasi untuk meningkatkan daya saing dan pertumbuhan usaha. Program pengabdian ini dilaksanakan pada KUB Wanita Tama di Desa Bojong, Kabupaten Cilacap, yang sebelumnya bergantung pada metode pemasaran tradisional dan pencatatan keuangan manual. Metode yang digunakan dalam kegiatan ini mengadopsi pendekatan Asset-Based Community Development (ABCD), yang melibatkan mitra dalam setiap tahap program, mulai dari persiapan, pelatihan, hingga evaluasi. Luaran yang dihasilkan dari program ini meliputi pemberian mesin Continuous Band Sealer DBF-1000 G, aplikasi Excel untuk pembukuan keuangan, dan peningkatan keterampilan dalam pemasaran digital melalui platform media sosial seperti Shopee, TikTok, Facebook, dan Instagram. Hasil dari kegiatan ini menunjukkan peningkatan produktivitas usaha sebesar 10% berkat penggunaan mesin sealer yang mempercepat proses pengemasan. Selain itu, penggunaan aplikasi Excel untuk laporan keuangan dari bulan Agustus hingga September 2025 telah memberikan keteraturan dan efisiensi dalam pencatatan keuangan. Aspek pemasaran digital pun mengalami peningkatan yang signifikan, dengan



Open access article under the CC-BY-SA license.

Copy right © 2025, Setiabudhi et al., 5768

keterlibatan media sosial yang meningkat sebesar 20%, yang berdampak pada peningkatan jangkauan pasar dan pengenalan produk. Program ini telah berhasil meningkatkan daya saing dan pertumbuhan bisnis KUB Wanita Tama, memberikan dampak positif terhadap pengelolaan keuangan yang lebih baik, serta memperluas jangkauan pasar secara digital.

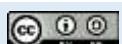
<b>Key word :</b>	<b>Abstract :</b>
<i>MSMEs, Digital Empowerment, Digital Marketing, Finance</i>	<p>Micro, Small, and Medium Enterprises (MSMEs) play a vital role in Indonesia's economy, contributing to job creation and equitable welfare distribution. However, many MSME players face challenges in financial management, marketing, and access to adequate digital technology. This article discusses the empowerment of MSMEs through digital marketing training, business proposal preparation, and the use of financial management applications to enhance competitiveness and business growth. The community service program was conducted at KUB Wanita Tama in Bojong Village, Cilacap Regency, which had previously relied on traditional marketing methods and manual financial record-keeping. The method used in this activity adopts the Asset-Based Community Development (ABCD) approach, involving partners at every stage of the program, from preparation and training to evaluation. The outputs of this program include the provision of a Continuous Band Sealer DBF-1000 G machine, an Excel application for financial record-keeping, and enhanced digital marketing skills through social media platforms such as Shopee, TikTok, Facebook, and Instagram. The results of this activity show a 10% increase in business productivity due to the use of the sealer machine, which accelerates the packaging process. Additionally, the use of the Excel application for financial reporting from August to September 2025 has provided orderliness and efficiency in financial record-keeping. The digital marketing aspect also saw a significant improvement, with social media engagement increasing by 20%, leading to expanded market reach and product recognition. This program has successfully enhanced the competitiveness and growth of KUB Wanita Tama, providing a positive impact on financial management and expanding the digital market reach.</p>

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

Setiabudhi, H., Soolany, C., Syafiah, S., Elistiani, N., & Fina, C. O. (2025). Pemberdayaan UMKM Berbasis Digital Melalui Pelatihan Keuangan dan Pemasaran Digital Untuk Meningkatkan Daya Saing dan Pertumbuhan Bisnis Menuju Swasembada Ekonomi. *Jurnal Abdi Insani*, 12(10), 5768-5780. <https://doi.org/10.29303/abdiinsani.v12i10.3097>

## PENDAHULUAN

Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah (UMKM) merupakan sektor yang sangat vital dalam perekonomian Indonesia. Tidak hanya menyerap tenaga kerja yang sangat besar, namun UMKM juga berkontribusi signifikan terhadap Produk Domestik Bruto (PDB) negara, dengan mencapai lebih dari 60% dari total PDB nasional (Undari & Lubis, 2021). Peran UMKM dapat meningkatkan kesejahteraan masyarakat, karena keberadaan UMKM mampu memenuhi kebutuhan ekonomi keluarga, mampu mengurangi pengangguran dan mampu memenuhi kebutuhan masyarakat (Pasca *et al.*, 2024). Peranan UMKM dalam perekonomian Indonesia bukan hanya sebagai penyerap



Open access article under the CC-BY-SA license.

Copy right © 2025, Setiabudhi *et al.*, 5769

tenaga kerja karena persentasenya yang mencapai 90% jika dibandingkan dengan usaha besar, tetapi juga mampu memperkenalkan berbagai produk lokal ke dunia internasional (Hamdan, 2023).

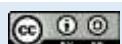
Salah satu tantangan utama yang dihadapi oleh pelaku UMKM adalah keterbatasan dalam mengakses teknologi digital. Sebagian besar UMKM masih mengandalkan sistem pemasaran tradisional, seperti pemasaran "mouth of mouth", yang terbukti kurang efektif di tengah perkembangan zaman yang serba digital (Syafi'ah *et al.*, 2023). Selain itu, UMKM juga menghadapi hambatan dalam pengelolaan keuangan yang masih dilakukan secara manual, menyebabkan kendala dalam pelaporan dan pengelolaan dana yang tepat waktu (Suyadi *et al.*, 2018). Hal ini menjadi penghambat dalam menjaga daya saing dan pertumbuhan UMKM yang semakin kompetitif.

Hasil dari observasi dan wawancara awal ditemukan hambatan yang dialami yakni permasalahan dalam memasarkan hasil produk dari UMKM. Berdasarkan hasil observasi tim ditemukan sistem pemasaran yang digunakan masih tradisional yakni dengan strategi pemasaran "mouth of mouth" ("dari mulut ke mulut"). Mitra juga sama sekali tidak mengetahui analisis pasar dan tingkat persaingan antar pasar, serta mitra tidak tahu pemasaran dan penjualan secara digital. Permasalahan lain yang berkaitan dengan pengelolaan badan usaha, mitra dituntut untuk dapat memberikan laporan keuangan secara berkala dan tepat waktu. Berdasarkan hasil dari observasi dan wawancara bentuk laporan keuangan yang dihasilkan masih manual sehingga mitra mengalami kendala dalam ketepatan waktu pelaporan. Meskipun beberapa UMKM telah menggunakan platform media sosial untuk promosi, pemahaman mereka tentang strategi pemasaran digital yang efektif masih terbatas. Sebuah penelitian oleh Dewi *et al.*, (2023) mengungkapkan bahwa pelatihan digital marketing dan pengelolaan keuangan berbasis teknologi sangat diperlukan untuk membantu UMKM di berbagai daerah, termasuk Desa Bojong, untuk berkembang lebih efisien.

Keterbatasan akses modal menjadi salah satu hambatan utama dalam pengembangan bisnis. Banyak UMKM kesulitan mendapatkan pinjaman modal dari bank karena kurangnya jaminan atau riwayat kredit yang baik. Pengelolaan keuangan yang kurang efisien seringkali menjadi masalah. Banyak pemilik UMKM kesulitan dalam memisahkan keuangan bisnis dan pribadi, serta tidak memiliki pemahaman yang cukup tentang penilaian kinerja keuangan. Pemasaran konvensional telah menjadi kurang efektif mengingat pergeseran perilaku konsumen menuju platform online. Namun, banyak UMKM belum mampu mengadopsi strategi pemasaran digital karena kurangnya pengetahuan dan keterampilan. Dengan pemahaman yang mendalam tentang situasi dan permasalahan yang dihadapi oleh mitra UMKM, langkah-langkah pemberdayaan dapat dirancang untuk mengatasi tantangan tersebut. Ini termasuk penyediaan pelatihan keuangan yang praktis dan solusi pemasaran digital yang dapat diakses secara luas oleh para pemilik usaha kecil dan mikro di wilayah tersebut.

Desa Bojong terletak di wilayah pedalaman Kabupaten Cilacap. Secara geografis, desa ini berada di sekitar pegunungan, hutan, dan lahan pertanian yang subur. Keberadaan sumber daya alam ini memberikan kesempatan bagi masyarakat desa untuk beragriculture, berkebun, dan berladang. Mayoritas penduduk desa ini adalah petani dan buruh tani. Mereka menggantungkan hidup dari hasil pertanian, seperti padi, jagung, kacang tanah, dan tanaman hortikultura lainnya. Selain itu, ada juga sebagian masyarakat yang berprofesi sebagai peternak atau berdagang.

Meskipun terletak di wilayah yang agak terpencil, infrastruktur di Desa Bojong telah mengalami peningkatan. Terdapat jalan utama yang menghubungkan desa ini dengan desa-desa lainnya serta dengan pusat-pusat kegiatan ekonomi di Kabupaten Cilacap. Desa Bojong berjarak sekitar 30 Km dari ibu kota Kabupaten Cilacap. Usaha KUB Wanita Tama Desa Bojong yang menjadi mitra adalah produk dari hasil kreatifitas anggotanya. Produk KUB Wanita Tama berupa Keripik Pisang ditampilkan pada Gambar 1 berikut ini.





Gambar 1. Produk dan Proses Produksi KUB Wanita Tama  
(Sumber: Dokumen Pribadi)

Prioritas utama adalah membantu UMKM untuk mengatasi hambatan akses modal dengan menyediakan informasi tentang sumber pendanaan alternatif seperti koperasi, lembaga keuangan mikro, atau *crowdfunding*. Mengorganisir sesi pelatihan atau seminar tentang cara menyusun proposal pinjaman yang menarik bagi lembaga keuangan, serta memberikan panduan tentang manajemen keuangan yang baik untuk meningkatkan kemungkinan mendapatkan pinjaman.

Memberikan pelatihan intensif tentang manajemen keuangan dasar, termasuk pembukuan sederhana, pemisahan keuangan pribadi dan bisnis, serta analisis keuangan untuk mengukur kesehatan bisnis. Membantu UMKM untuk mengadopsi perangkat lunak atau aplikasi keuangan sederhana yang dapat membantu mereka dalam pencatatan transaksi dan pembuatan laporan keuangan. Mengadakan *workshop* reguler tentang strategi pemasaran digital yang efektif, termasuk penggunaan media sosial. KUB Wanita Tama Desa Bojong Kecamatan Kawunganten juga belum memiliki video profil usaha yang mampu menunjang penjualan dan pengenalan produk.

Pemberdayaan berbasis digital tidak hanya meningkatkan aspek pemasaran, tetapi juga mencakup peningkatan efisiensi operasional, pengelolaan data yang lebih baik, serta penguatan sistem keamanan transaksi (Priyanto *et al.*, 2025). Digitalisasi pemasaran memungkinkan UMKM untuk lebih cepat menyesuaikan diri dengan tren pasar dan meningkatkan visibilitas produk mereka, yang akan memperkuat daya saing di pasar yang semakin kompetitif (Zain *et al.*, 2025). Penggunaan media sosial dan platform *e-commerce*, sebagaimana ditemukan dalam penelitian oleh Pasca *et al.*, (2024), dapat membuka peluang bagi UMKM untuk memperluas pasar dan memperkenalkan produk mereka secara lebih luas dan efisien.

Program pemberdayaan digital untuk UMKM juga sejalan dengan kebijakan pemerintah yang mendukung transformasi digital dalam sektor UMKM untuk meningkatkan daya saing dan kontribusinya terhadap ekonomi digital nasional. Seiring dengan perkembangan teknologi, UMKM yang mengadopsi digital marketing dan sistem manajemen berbasis teknologi berpeluang untuk berkembang secara berkelanjutan (Ramadan, 2023). Penerapan teknologi digital pada UMKM juga mendukung pertumbuhan ekonomi lokal, sebagaimana dikemukakan oleh Satria *et al.*, (2025), yang menilai bahwa dengan meningkatnya literasi digital, UMKM dapat lebih mudah mengakses pasar global dan memperkuat posisi mereka di pasar domestik.

Berdasarkan masalah yang telah diidentifikasi, kegiatan pengabdian ini bertujuan untuk memberdayakan UMKM di Desa Bojong melalui pelatihan digital marketing dan manajemen keuangan berbasis aplikasi, dengan harapan dapat meningkatkan daya saing dan pertumbuhan bisnis mereka menuju swasembada ekonomi. Diharapkan, dengan adanya pelatihan ini, UMKM dapat lebih kompetitif, meningkatkan pendapatan, dan berkontribusi pada kemajuan ekonomi lokal.

## METODE KEGIATAN

Kegiatan pengabdian ini berlangsung pada Kamis, 07 Agustus 2025 di Dusun Nusadadi RT 005 RW 008, Bojong Kawunganten, Cilacap . Peserta pelatihan berasal dari ibu-ibu anggota KUB Wanita Tama sebanyak 15 orang. Sarana penyelesaian permasalahan mitra yang konkrit memerlukan metode pelaksanaan kegiatan dengan proses kerja yang terstruktur, sistematis, dan terencana (Syahriandi, 2022). Alur kerja yang dijelaskan di atas ditunjukkan pada Gambar 2.

Pada tahap pelaksanaan dilakukan 3 (tiga) program sebagai berikut: program pertama diberikan Pelatihan Proposal Bisnis, pelatihan ini memberikan wawasan kepada peserta mengenai cara menyusun proposal usaha yang baik, termasuk struktur, kelayakan, dan daya tarik bagi calon investor. Para peserta diajarkan cara membuat dokumen usaha yang profesional, yang sangat penting untuk mengakses pendanaan dan memperluas jaringan usaha.

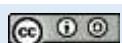
Program kedua memberikan Pelatihan Pengelolaan Keuangan. Pelatihan ini fokus pada peningkatan kemampuan manajemen keuangan UMKM. Pelatihan membimbing peserta dalam membuat laporan keuangan yang sederhana namun sistematis, dengan menggunakan aplikasi berbasis Excel. Selain itu, peserta diberikan pemahaman tentang pemisahan keuangan pribadi dan usaha serta pentingnya pencatatan transaksi yang akurat.

Selanjutnya program ketiga, memberikan Pelatihan Digital Marketing. Melihat perkembangan dunia bisnis yang semakin digital, pelatihan ini memberikan pengetahuan tentang strategi digital marketing yang efektif. Peserta diajarkan cara memanfaatkan media sosial untuk promosi, membuat konten visual yang menarik, serta teknik untuk menjangkau konsumen baru secara online.

Persiapan Program	Pelaksanaan Program	Monitoring, Evaluasi, dan Program Keberlanjutan
<ul style="list-style-type: none"><li>•Analisis Situasi</li><li>•Sosialisasi program</li><li>•Menyusun Strategi Pendekatan ABCD (Asset Based Community Development)</li><li>•Menyiapkan peralatan pendukung</li><li>•Menyiapkan materi</li></ul>	<ul style="list-style-type: none"><li>•Pelatihan Proposal Bisnis</li><li>•Pemberian stimulan hibah alat Mesin Continuous Band Sealer</li><li>•Pelatihan Pengelolaan Keuangan</li><li>•Pemberian stimulan software excel keuangan</li><li>•Pelatihan Digital Marketing</li><li>•Pembuatan video miniclip kegiatan untuk publish di channel YouTube</li><li>•Rilis berita kegiatan di media massa elektronik</li><li>•Publikasi artikel di jurnal Sinta 4 dan Pengurusan HAKI</li><li>•Seminar Hasil, penyiapan Poster dan materi paparan</li></ul>	<ul style="list-style-type: none"><li>•Pelaporan kegiatan (Logbook, Laporan Kemajuan, Laporan Akhir, dan SPJ)</li><li>•Monitoring kegiatan dan target luaran</li><li>•Penyusunan action plan Tindakan Penyesuaian</li><li>•Pelaksanaan Tindakan Penyesuaian untuk menjamin tercapainya target luaran</li><li>•Memastikan keberlanjutan program</li></ul>

Gambar 2. Tahapan Pelaksanaan

Tahapan untuk memberikan solusi atas permasalahan mitra melalui 3 (tiga) kegiatan yaitu tahapan persiapan program, pelaksanaan dan pemantauan program, evaluasi, dan tahapan program berkelanjutan. Tahap persiapan program, tim pelaksana berkoordinasi dengan mitra untuk mengetahui situasi atau kondisi awal mitra sebelum pelaksanaan kegiatan dan mengumpulkan kebutuhan mitra. Tim pelaksana mengumpulkan data dengan menggunakan metode ABCD (*Asset Based Community Development*), yaitu sebuah pendekatan untuk menggali dan mengembangkan potensi yang telah dimiliki oleh mitra (Fathoni & Khairiyah, 2023). Berdasarkan acuan metode tersebut, tim pelaksana dengan mitra bersama-sama menggali secara detail potensi yang dimiliki mitra serta menganalisis kekurangan atau kendala yang dihadapi dalam upaya mengembangkan potensi yang ada.

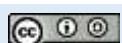


Setelah mengetahui situasi dan kebutuhan mitra sesuai dengan permasalahan yang dihadapi maka tim pelaksana mensosialisasikan program yang akan dilakukan guna menyelesaikan permasalahan mitra. Pada tahap pelaksanaan program, tim pelaksana merealisasikan program yang sudah disepakati bersama. Metode yang digunakan untuk memberikan materi dengan cara sosialisasi, pelatihan dan praktik langsung. Berikutnya setelah pelaksanaan program selesai maka tahap selanjutnya melakukan monitoring dan evaluasi serta memastikan keberlanjutan program.

Dalam kegiatan ini, dilakukan transfer ilmu pengetahuan dan teknologi (Iptek) dari tim pelaksana kepada mitra yang bertujuan untuk menyelesaikan permasalahan yang dihadapi oleh mitra. Transfer ipteks dibuat secara sistem yaitu adanya input, proses dan output. Masukan atau inputan berasal dari permasalahan yang ada di mitra selanjutnya masuk tahap proses. Pada tahap proses dilakukan penyelesaian dengan memberikan pelatihan proposal bisnis, pelatihan pengelolaan keuangan dan pelatihan digital marketing. Luaran atau output dari proses tersebut adanya peningkatan pengetahuan dan kemampuan mitra terhadap ketiga ilmu yang diberikan. Penjelasan lengkap transfer ipteks seperti pada Tabel 1.

Tabel 1. Transfer IPTEK

INPUT	PROSES	OUTPUT
KUB Wanita Tama, Bojong, Nusadadi Kawunganten Cilacap	Meningkatkan keterampilan pembuatan proposal bisnis <b>PELATIHAN PROPOSAL BISNIS</b>	<p>KUB Wanita Tama</p> <ol style="list-style-type: none"> <li>1. Meningkatkan keterampilan pembuatan proposal bisnis</li> <li>2. Meningkatkan kemampuan manajemen keuangan UMKM dalam membuat laporan keuangan yang sederhana namun sistematis, dengan menggunakan aplikasi berbasis Excel</li> <li>3. Meningkatkan pengetahuan tentang strategi digital marketing yang efektif, cara memanfaatkan media sosial untuk promosi, membuat konten visual yang menarik, serta teknik untuk menjangkau konsumen baru secara online</li> </ol> 
	Meningkatkan kemampuan manajemen keuangan UMKM dalam membuat laporan keuangan yang sederhana namun sistematis, dengan menggunakan aplikasi berbasis Excel <b>PELATIHAN PENGELOLAAN KEUANGAN</b>	<b>Kub Wanita Tama Meningkatkan Daya Saing Dan Pertumbuhan Bisnis Menuju Swasembada Ekonomi</b>
	Meningkatkan pengetahuan tentang strategi digital marketing yang efektif, cara memanfaatkan media sosial untuk promosi, membuat	



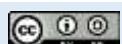
INPUT	PROSES	OUTPUT
	<p>konten visual yang menarik, serta teknik untuk menjangkau konsumen baru secara online</p> <p><b>PELATIHAN DIGITAL MARKETING</b></p>	

## HASIL DAN PEMBAHASAN

Kegiatan ini dilaksanakan sesuai dengan tahapan pelaksanaan yang sudah ditetapkan sebelumnya. Tahap pertama diawali dengan persiapan program. Tim pelaksana melakukan analisis situasi dengan berkoordinasi dan mewawancara Ketua KUB Wanita Tama selaku mitra untuk mengetahui permasalahan yang dihadapi. Kemudian tim pelaksana dan mitra bersama-sama melakukan pemetaan atas masalah yang dihadapi oleh mitra selanjutnya mencari solusinya. Setelah ditemukan beberapa permasalahan selanjutnya menentukan prioritas permasalahan yang akan diberikan solusi. Langkah berikutnya tim pelaksana melakukan sosialisasi program kepada mitra. Tim pelaksana menjelaskan program yang akan diberikan guna menjawab permasalahan dengan menggunakan strategi pendekatan yang tepat. Pendekatan yang digunakan adalah Asset Based Community Development (ABCD). Pendekatan ABCD merupakan model pengembangan masyarakat berbasis aset yang digunakan untuk menganalisis kebutuhan mitra berdasarkan aset yang dimilikinya serta memahami dan mengembangkan potensi atau aset mitra (Maryuningsih *et al.*, 2022). Selain itu, pendekatan ini juga merupakan pemberdayaan melalui partisipasi masyarakat (Ridwan *et al.*, 2021).

Potensi yang telah dimiliki oleh mitra, yaitu mitra telah memiliki usaha yang berlangsung lebih dari 5 tahun. Berdasarkan potensi yang dimiliki tersebut maka tim pelaksana mengusulkan kegiatan pelatihan proposal bisnis dan disepakati oleh mitra. Hal ini dilakukan karena beberapa penelitian yang pernah dilakukan, hasilnya menyatakan bahwa proposal bisnis itu penting karena menjadi dasar pengambilan keputusan, hasil penelitian dapat dipakai oleh pengusaha, investor, maupun stakeholder untuk melihat kelayakan ide bisnis (Pasca *et al.*, 2024). Mitra memiliki catatan keuangan masih manual, maka tim pelaksana mengusulkan dan disepakati oleh mitra untuk mengadakan kegiatan pelatihan keuangan. Kegiatan ketiga yang disepakati bersama yaitu pelatihan digital marketing. Memanfaatkan website untuk media promosi dapat meningkatkan pendapatan (Septarina *et al.*, 2023).

Setelah tahap persiapan selanjutnya tahap pelaksanaan program. Pada tahap ini tim pelaksana menyiapkan kebutuhan peralatan pendukung serta menyiapkan materi untuk pelatihan, praktik dan pendampingan. Pelaksanaan program berdasarkan prioritas permasalahan. Dalam hal ini dibagi menjadi 3 (tiga) bidang prioritas yaitu 1). Bidang Produksi, perlunya alat produksi kemasan untuk lebih cepat dalam proses produksi dan meningkatkan penjualan. 2). Bidang manajemen keuangan, dilakukan pelatihan pengelolaan keuangan perlu ditingkatkan untuk Meningkatkan Literasi Keuangan agar peserta lebih memahami konsep dasar keuangan seperti pencatatan, perencanaan, penganggaran, dan pengendalian keuangan dan mendukung Keberlanjutan Usaha dalam menjaga arus kas, mengelola utang, serta membuat keputusan keuangan yang tepat serta meningkatkan Akuntabilitas dan Transparansi agar laporan keuangan lebih rapi, bisa dipertanggungjawabkan, dan memudahkan akses pendanaan eksternal (misalnya dari bank atau investor) dan Meningkatkan Efisiensi dan Efektivitas, penggunaan sumber daya keuangan dapat lebih optimal, meminimalkan pemborosan, dan meningkatkan produktivitas. 3). Bidang Pemasaran, perlunya peningkatan promosi melalui digital marketing agar produk yang dihasilkan oleh KUB Wanita Tama seperti olahan kripik dan basreng usaha dapat bersaing di pasar online yang semakin ketat serta memperluas Jangkauan Pasar dan memanfaatkan platform digital untuk menjangkau konsumen lokal, nasional, bahkan



internasional agar produk lebih dikenal banyak orang. Pada tahap pelaksanaan ini, mitra berpartisipasi dengan menyediakan waktu dan tempat, menyiapkan peserta serta sarana dan prasarana lainnya. Selain itu, mitra juga memberikan masukan atau evaluasi terhadap kegiatan pengabdian yang dilakukan.

Program pertama yang dilaksanakan adalah pelatihan proposal bisnis. Proposal usaha atau business plan adalah dokumen tertulis yang berisi rencana rinci tentang sebuah bisnis, mulai dari produk, pemasaran, manajemen, risiko, hingga keuangan. Dokumen ini bukan hanya alat administratif, tetapi juga cerminan pribadi wirausahawan yang menyusunnya. Oleh karena itu, proposal harus unik, meyakinkan, dan tidak sekadar menyalin dari yang sudah ada.



Gambar 4. Pelatihan Proposal Bisnis

Manfaat proposal usaha antara lain: membantu wirausahawan berpikir sistematis dan objektif, melatih penggunaan asumsi yang cermat dari aspek manajemen, pemasaran, dan keuangan, menguji strategi, serta menjadi alat komunikasi untuk meyakinkan investor atau pihak terkait. Proposal juga berfungsi membandingkan prakiraan dengan hasil riil, memberikan gambaran kemampuan usaha, dan menunjukkan kredibilitas manajerial pelaku usaha. Dalam penyusunan proposal usaha, terdapat empat faktor utama: (1) tujuan yang realistik, spesifik, terukur, dan terikat waktu; (2) komitmen dari seluruh pihak yang terlibat; (3) batasan waktu yang jelas dengan evaluasi berkala; serta (4) fleksibilitas agar strategi alternatif dapat diformulasikan.

Proses penyusunan proposal dimulai dari menentukan ide usaha, baik berupa inovasi baru, pengembangan usaha lama, maupun meniru usaha yang ada. Setelah itu, penting untuk memilih nama usaha yang sederhana, mudah diingat, tidak ketinggalan zaman, memiliki makna positif, serta mudah dipahami oleh pasar internasional. Proposal juga memuat executive summary yang singkat namun mampu meyakinkan pembaca secara cepat. Selanjutnya, bagian pendahuluan menjelaskan latar belakang usaha, tujuan, serta manfaat yang didukung data aktual. Profil usaha mencakup nama, produk/jasa, keunggulan, layanan tambahan, serta lokasi.

Dari sisi manajemen, proposal menjabarkan struktur organisasi, pembagian tugas, dan aturan kerja. Bagian pemasaran menjelaskan target pasar, tingkat persaingan, strategi harga, promosi, hingga perkiraan penjualan. Pada aspek produksi, dijelaskan ketersediaan bahan baku, proses produksi, kapasitas, serta target output. Aspek keuangan menjadi komponen penting dengan memuat kebutuhan pendanaan, alokasi investasi, hingga studi kelayakan dari sisi ekonomi, hukum, teknis, dan sosial. Untuk memperkuat analisis, digunakan SWOT (Strengths, Weaknesses, Opportunities, Threats) guna memetakan strategi menghadapi persaingan.

Selain itu, proposal juga mencakup aspek lain, seperti kendala potensial, jadwal kegiatan, serta informasi tambahan. Lampiran dapat berupa rincian keuangan, data pendukung, profil SDM, dan jadwal aktivitas. Agar lebih meyakinkan, proposal perlu disertai presentasi menarik yang singkat, interaktif, didukung grafik, serta visual yang jelas. Secara umum, isi proposal mencakup judul,

ringkasan eksekutif, latar belakang, visi-misi, analisis SWOT, struktur organisasi, analisis pasar, produksi, risiko bisnis, strategi, proyeksi keuangan, serta rencana aktivitas.

Proposal usaha biasanya ditujukan kepada bankir, investor, konsumen, konsultan, suplier, atau penyandang dana. Investor umumnya akan menilai secara kritis aspek industri, risiko, struktur finansial, serta kualitas wirausahawan sebelum memutuskan investasi. Sementara itu, seorang pengusaha dituntut memiliki kreativitas, kemampuan teknologi, pemasaran, serta kemampuan membuat proyeksi keuangan. Dengan demikian, penyusunan proposal usaha bukan hanya formalitas, melainkan sarana strategis untuk mewujudkan ide bisnis, menarik mitra/investor, serta memastikan usaha berjalan secara terencana dan berkelanjutan.

Program kedua yaitu memberikan pelatihan pengelolaan keuangan. Pengelolaan keuangan merupakan aspek penting bagi keberlangsungan usaha mikro, kecil, dan menengah (UMKM). Perencanaan keuangan berfungsi sebagai proses terintegrasi untuk mencapai tujuan hidup dan usaha, memberikan arah dalam pengambilan keputusan finansial, serta menjadi alat pengawasan dan pengendalian kegiatan usaha. Dengan perencanaan yang baik, UMKM dapat memperoleh pembiayaan, menjaga fokus bisnis, hingga mencapai financial freedom.



Gambar 5. Pelatihan Pengelolaan Keuangan

Prinsip keuangan penting yang perlu diterapkan meliputi penganggaran yang bijak, pengendalian arus kas agar tetap positif, kepemilikan dana darurat, proteksi pendapatan, pemisahan uang pribadi dan usaha, serta diversifikasi bisnis. Tantangan utama UMKM dalam mengelola arus kas seringkali berupa keterlambatan pembayaran, rendahnya literasi keuangan, hingga kurangnya cadangan kas. Oleh karena itu, strategi pengelolaan arus kas mencakup perencanaan tepat, alokasi keuntungan yang bijak, komitmen pencatatan, serta pembuatan laporan arus kas yang teliti.

Laporan keuangan sederhana yang wajib dimiliki UMKM terdiri dari laporan posisi keuangan (neraca), laporan laba rugi, dan laporan arus kas. Laporan ini membantu memberikan gambaran menyeluruh mengenai aset, kewajiban, modal, pendapatan, serta biaya, sehingga dapat digunakan untuk mengevaluasi kinerja bisnis. Selain itu, analisis rasio keuangan yaitu profitabilitas, likuiditas, solvabilitas, dan aktivitas dapat menjadi alat ukur kesehatan usaha.

Di era new normal, UMKM perlu melakukan financial check up, mengefisiensikan biaya, meningkatkan penjualan dengan strategi hemat biaya, serta selalu mengevaluasi kondisi keuangan bisnis. Dengan demikian, pengelolaan keuangan yang baik akan membantu UMKM bertahan sekaligus berkembang secara berkelanjutan.

Program ketiga yaitu Pelatihan digital marketing. Pandemi Covid-19 telah mempercepat transformasi digital, mendorong pelaku usaha, khususnya UMKM, untuk memanfaatkan digital marketing sebagai strategi mempertahankan eksistensi bisnis. Digital marketing adalah upaya memasarkan produk atau jasa melalui internet dan media komunikasi digital lainnya. Keunggulannya

terletak pada efisiensi biaya, jangkauan pasar yang luas, interaktivitas, serta kemudahan mengukur efektivitas strategi melalui indikator kinerja (KPI).



Gambar 6. Pelatihan Digital Marketing

Strategi digital marketing UMKM perlu dibangun dengan memahami kompetensi bisnis (know your business), mengenali pesaing (know the competition), memahami kebutuhan pelanggan (know your customers), dan menetapkan tujuan jelas yang ingin dicapai. Hal ini memungkinkan perusahaan untuk menyesuaikan langkah dan memperbaiki strategi secara berkelanjutan. Jenis digital marketing yang umum digunakan antara lain: Website sebagai toko digital yang selalu tersedia 24 jam. Sosial media marketing untuk membangun jejaring, meningkatkan visibilitas, dan mendorong interaksi pelanggan. Video marketing sebagai sarana menarik perhatian audiens melalui konten kreatif. Content marketing berupa blog, podcast, atau e-book yang relevan. Email marketing untuk promosi langsung dan menjaga hubungan dengan pelanggan. Kelebihan digital marketing mencakup biaya rendah, konten menarik, dan audiens tak terbatas, sementara kelemahannya meliputi ketergantungan pada koneksi internet, potensi penipuan, serta isu kepercayaan konsumen.

Bagi UMKM, digital marketing dapat meningkatkan penjualan, memperluas jaringan konsumen, mempererat hubungan dengan pelanggan, dan pada akhirnya mendorong peningkatan pendapatan. Untuk memulai, pelaku UMKM perlu menyiapkan identitas brand, akun media sosial, website, konten menarik, serta aktif dalam marketplace dan komunitas online.

Kegiatan pengabdian masyarakat ini memberikan kontribusi berupa stimulan hibah alat Mesin Continuous Band Sealer . Mesin ini sangat bermanfaat untuk industri kecil, menengah, hingga skala besar dalam hal pengemasan produk. Keunggulan manfaat utamanya antara lain: Meningkatkan daya tahan produk: Gas nitrogen menggantikan udara dalam kemasan, memperlambat oksidasi dan mencegah pertumbuhan mikroorganisme. Meningkatkan efisiensi produksi: Dengan sistem otomatis dan kecepatan tinggi, dapat mempercepat proses sealing. Menjamin kualitas kemasan: Seal rapi, kuat, dan konsisten pada setiap produk. Mengurangi biaya tenaga kerja: Sistem semi-otomatis membantu menghemat kebutuhan operator. Diperlukan inovasi teknologi sederhana namun tepat guna, seperti penggunaan Mesin Continuous Band Sealer DBF-1000 Gomesin yang dilengkapi fitur pengisian gas nitrogen (nitrogen flushing). Teknologi ini memungkinkan pengemasan lebih profesional, higienis, dan tahan lama, sehingga mampu meningkatkan nilai tambah dan daya saing produk UMKM.meningkatkan penjualan produk dalam rangka untuk mensejahterakan anggota KUB Wanita Tama Desa Bojong Kecamatan Kawunganten kabupaten Cilacap. Foto dari teknologi dan inovasi yang akan diaplikasikan pada pengabdian masyarakat ini dapat dilihat pada gambar 4.



Gambar 7. Mesin Continuous Band Sealer DBF-1000 Gomesin



Gambar 8. Penyerahan Hibah Alat Mesin Continuous Band Sealer DBF-1000 Gomesin

Mitra telah merasakan manfaat dari kegiatan pengabdian masyarakat ini dan menyatakan siap untuk melanjutkan penggunaan alat mesin continuous band sealer sebagai alat produksi. Selama pelaksanaan program, peserta semangat mendengarkan dan adanya interaksi antara narasumber dengan peserta. Peserta banyak yang bertanya terkait materi yang disampaikan oleh para narasumber. Peserta senang dan sangat antusias mengikuti kegiatan ini sampai selesai, begitupun dengan tim pelaksana memberikan yang terbaik selama pelaksanaan program. Selanjutnya setelah semua program dilaksanakan, tahap berikutnya adalah melakukan kegiatan monitoring, evaluasi dan program keberlanjutan. Keberhasilan program ini dapat diukur secara berkala dan terjadwal dalam melakukan monitoring dan evaluasi, yang dilakukan bersama dengan mitra. Tujuan pengukuran untuk mengetahui capaian target program serta memantau apakah ada permasalahan lagi dalam proses pelaksanaan. Harapannya jika ada kendala maka akan segera dicarikan solusi. Keberlanjutan program sangat diperlukan sebagai wujud dari terlaksananya program ini yang nantinya akan ada program pengabdian di masa mendatang.



Gambar 9. Foto Bersama Tim Pelaksana dan Peserta Setelah Kegiatan.

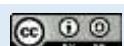
## UCAPAN TERIMAKASIH

Rasa bangga dan ucapan terima kasih diberikan kepada Civitas Akademika Universitas Nadhlatul Ulama Al Ghazali Cilacap dan DRTPM atas bantuan hibah PKM skema Pemberdayaan Masyarakat Pemula Tahun Anggaran 2025 Nomor Kontrak Induk:123/C3/DT.05.00/PM/2025, Nomor Kontrak Turunan: 030/LL6/PM/AL.04/2025, 071/Ybk.041.14/PT/2025 serta kepada KUB Wanita Tama sebagai mitra PKM.

## DAFTAR PUSTAKA

- Aldo Nahason Pasca, A., Prasetyo Ritonga, M. I., Zaky Akmal, M. A., Hidayat N., R., & Maharani Ikaningtyas, I. (2024). Artikel tentang perencanaan dan pengembangan bisnis. *ManBiz: Journal of Management and Business*, 3(1), 157–165. <https://doi.org/10.47467/manbiz.v3i1.5543>
- Andriyaningsih, A., Sumarwan, E., Medianto, P., Widyaningsih, P., & Anggelitha, T. (2025). Digitalisasi marketing untuk meningkatkan daya saing dan pemasaran UMKM di Desa Pejambon Pesawaran. *Penamas: Pengabdian dan Pengembangan Inovasi Kepada Masyarakat*, 1(1), 39-42.
- Dewi N. K., Widyastuti, T., & Suminar, S. R. (2023). Pelatihan dan pendampingan pemasaran digital dan pengelolaan keuangan bagi pelaku UMKM di BUMDes Desa Cikolelet, Kab. Serang – Banten. *Dedik: Jurnal Pengabdian kepada Masyarakat*, 2(1), 151-158.
- Hamdan, A., Ichwanto, M. A., Winarno, A., Permatasari, S. I., & Ramadhani, A. N. (2023). Business model canvas dan digital marketing guna meningkatkan usaha kuliner di wisata Sumber Banteng. *APTS Journal*, 6(2), 7-13. <https://doi.org/10.36257/apts.v6i2.6269>
- Iham, M. (2023). Pemberdayaan UMKM berbasis digital untuk meningkatkan perekonomian masyarakat. *Central Publisher*, 1(12), 1413–1417.
- Lesmana, B., & Parlina, L. (2021). Pelatihan sistem keuangan akuntansi berbasis komputer dalam mendorong kinerja keuangan di BUMDes Mangkubumi Kabupaten Ciamis. *Aksiologi: Jurnal Pengabdian kepada Masyarakat*, 5(3), 297.
- Monoarfa, V., Setyanti, P., & Hasan, M. A. (2024). Pengembangan SDM berbasis digital guna mendorong pertumbuhan ekonomi bisnis di era digital pada UMKM. *Mopolayio: Jurnal Pengabdian Ekonomi*, 4(1), 1-10.
- Muhdiyanto, M., Ningrum, I. N-K., Zahra, N. A., Damayanti, A. P., Manfaaturohmansyah, F. N., & Alfarizy, R. I. (2022). Peningkatan potensi badan usaha milik desa (BUMDes) sebagai wujud ekonomi kreatif Desa Trasan. *Soc: Jurnal Pengabdian Masyarakat*, 1(6), 327-331.
- Priyanto, R., Ramadhan, Y., & Hastuti, E. I. (2025). Peningkatan kapasitas UMKM melalui pelatihan manajemen bisnis dan digital marketing. *Jurnal Masyarakat Madani Indonesia*, 4(2), 114-122.
- Satria, V. Y., Al-Fikri, M., Nabillah, S. Q., Prasetyo, D., & Abror, S. (2025). Pemberdayaan UMKM melalui pelatihan digital marketing untuk meningkatkan nilai jual produk di Desa Dukuh Menanggal Surabaya. *Jurnal Pengabdian Masyarakat Bangsa*, 3(3), 1066-1070.

- Septarina, L., Hakim, L., Marshella Febriani, O., & Azim, F. (2023). Pelatihan pembuatan website untuk pemasaran produk UMKM Desa Ceringin Asri. *NEAR: Jurnal Pengabdian Kepada Masyarakat*, 2(2), 150-153. <https://doi.org/10.32877/nr.v2i2.747>
- Suyadi, S., Syahdanur, S., & Suryani, S. (2018). Upaya pengembangan usaha mikro, kecil, dan menengah (UMKM). *Jurnal Ekonomi KIAT*, 1(Upaya pengembangan UMKM), 1.
- Syafi'ah, S., Suwono, S., & Setiabudhi, H. (2023). Pelatihan digital marketing untuk meningkatkan kapasitas penjualan UMKM keripik pohung. *J Abdimas*, 1(9), 2067-2073.
- Undari, W., & Lubis, A. S. (2021). Usaha mikro kecil dan menengah (UMKM) dalam meningkatkan kesejahteraan masyarakat. *Jurnal Penelitian Pendidikan Sosial Humaniora*, 6(1), 32-38.
- Zain, R. H., Afira, R., Awal, H., & Yani, Z. (2025). Pelatihan pemanfaatan teknologi digital untuk meningkatkan keamanan dan pertumbuhan UMKM di era transformasi digital. *Community Development Journal: Jurnal Pengabdian Masyarakat*, 6(1), 166-171. <https://doi.org/10.31004/cdj.v6i1.41392>



Open access article under the CC-BY-SA license.

Copy right © 2025, Setiabudhi et al., **5780**