



MEMBANGUN SISTEM KEUANGAN YANG KOKOH DAN PEMASARAN KREATIF UNTUK UMKM TELOR ASIN DI DESA CIBUAH KECAMATAN WARUNGGUNUNG, KABUPATEN LEBAK

Rika Kartika^{1*}, Dedi Budiman², Rizki Hidayatullah³, Gito Syamil Basayev⁴, Ahmad Muiz⁵

^{1,2,3}Fakultas Ekonomi Dan Bisnis, Universitas Bina Bangsa

⁴Fakultas Ilmu Komunikasi, Universitas Bina Bangsa

⁵Fakultas Keguruan dan Ilmu pendidikan, Universitas Bina Bangsa

Email: rikakartika.binabangsa@gmail.com¹, dedibudiman179@gmail.com², rizki.zaka04@gmail.com³, gitosyamil@gmail.com⁴, ahmad083164650243@gmail.com⁵

Abstract

The community service activity with the theme "Building a Strong Financial System and Creative Marketing for Salted Egg MSMEs in Cibuah Village, Warunggunung District, Lebak Regency" aims to improve financial management and marketing skills for MSMEs in the village. This activity includes thorough preparation, an initial welcome, as well as in-depth training sessions on financial recording and digital marketing. Participants are trained in the use of a simple ledger, practical bookkeeping techniques, and digital marketing strategies, including product photography. The final evaluation showed that participants gained significant benefits and were ready to apply new knowledge to their business. This program succeeded in building a solid foundation for financial management and expanding the market reach of MSMEs, as well as providing valuable feedback for future program development.

Keywords: Community Service, MSMEs, Financial System, Creative Marketing, Digital Marketing, Evaluation.

Abstrak

Kegiatan pengabdian masyarakat dengan tema "Membangun Sistem Keuangan yang Kokoh dan Pemasaran Kreatif untuk UMKM Telor Asin di Desa Cibuah Kecamatan Warunggunung, Kabupaten Lebak" bertujuan untuk meningkatkan keterampilan pengelolaan keuangan dan pemasaran bagi pelaku UMKM di desa tersebut. Kegiatan ini mencakup persiapan yang matang, sambutan awal, serta sesi pelatihan yang mendalam tentang pencatatan keuangan dan pemasaran digital. Peserta dilatih dalam penggunaan buku kas sederhana, teknik pembukuan praktis, dan strategi pemasaran digital, termasuk fotografi produk. Evaluasi akhir menunjukkan bahwa peserta mendapatkan manfaat signifikan dan siap menerapkan pengetahuan baru dalam usaha mereka. Program ini berhasil membangun fondasi yang kokoh untuk pengelolaan keuangan dan memperluas jangkauan pasar UMKM, serta memberikan umpan balik berharga untuk pengembangan program di masa depan.

Kata Kunci: Pengabdian Masyarakat, UMKM, Sistem Keuangan, Pemasaran Kreatif, Pemasaran Digital, Evaluasi

PENDAHULUAN

Desa Cibuah, yang terletak di Kecamatan Warunggunung, Kabupaten Lebak, merupakan salah satu daerah yang kaya akan potensi usaha mikro, kecil, dan menengah (UMKM). Salah satu produk unggulan dari desa ini adalah telur asin, yang telah menjadi sumber mata pencaharian bagi banyak keluarga. Namun, seperti banyak UMKM lainnya, para pengusaha telur asin di Desa Cibuah menghadapi berbagai tantangan dalam mengelola keuangan dan memasarkan produk mereka.

Ibu Esih, seorang pengusaha telur asin di Desa Cibuah, telah menggeluti usaha ini selama lebih dari sepuluh tahun. "Telor asin adalah warisan keluarga yang saya teruskan," ungkap Ibu Esih saat

kami wawancara di rumah produksinya. "Namun, kami sering kali menghadapi kesulitan dalam hal pengelolaan keuangan dan pemasaran produk. Kami belum sepenuhnya memahami bagaimana mengelola keuangan usaha dengan baik, dan pemasaran produk kami masih terbatas pada lingkungan sekitar."

Masalah utama yang dihadapi oleh UMKM telur asin di Desa Cibuah adalah kurangnya pengetahuan dan keterampilan dalam mengelola keuangan. Sebagian besar pengusaha tidak memiliki sistem pencatatan keuangan yang baik, sehingga sulit bagi mereka untuk mengetahui laba rugi, mengatur arus kas, dan merencanakan keuangan usaha secara efektif. *"Kami hanya mencatat secara manual di buku tulis, dan sering kali data tersebut tidak lengkap,"* tambah Ibu Esih. *"Ini membuat kami kesulitan saat harus membuat keputusan penting terkait pembelian bahan baku atau investasi dalam peralatan baru."* Selain itu, pemasaran juga menjadi tantangan besar. Produk telur asin dari Desa Cibuah masih dipasarkan secara tradisional melalui pasar lokal dan dari mulut ke mulut. Padahal, dengan kemajuan teknologi dan akses internet yang semakin luas, ada banyak peluang untuk memasarkan produk secara lebih luas dan efektif. *"Kami ingin sekali memasarkan telur asin kami ke pasar yang lebih luas, bahkan hingga ke luar daerah,"* kata Ibu Esih. "Namun, kami tidak tahu harus mulai dari mana."

Melihat kondisi ini, program pengabdian kepada masyarakat yang fokus pada pembangunan sistem keuangan yang kokoh dan pemasaran kreatif sangat dibutuhkan. Program ini bertujuan untuk memberikan pelatihan dan pendampingan kepada para pengusaha telur asin di Desa Cibuah agar mereka dapat mengelola keuangan usaha dengan lebih baik dan memasarkan produk mereka secara lebih efektif.

Salah satu aspek penting dalam program ini adalah memberikan pelatihan mengenai manajemen keuangan. Pelatihan ini mencakup cara membuat laporan keuangan sederhana, mengelola arus kas, dan menyusun anggaran. Dengan pemahaman yang lebih baik tentang keuangan, diharapkan para pengusaha dapat membuat keputusan bisnis yang lebih tepat dan meningkatkan kesejahteraan usaha mereka. *"Kami sangat membutuhkan pelatihan ini,"* kata Ibu Esih dengan antusias.

Selain pelatihan keuangan, program ini juga akan memberikan pelatihan tentang pemasaran kreatif. Ini mencakup cara memanfaatkan media sosial dan platform e-commerce untuk memasarkan produk, teknik branding dan packaging yang menarik, serta strategi promosi yang efektif. Dengan pendekatan ini, diharapkan produk telur asin dari Desa Cibuah dapat dikenal oleh lebih banyak konsumen dan memiliki daya saing yang lebih tinggi di pasaran. *"Kami ingin belajar bagaimana memanfaatkan teknologi untuk memasarkan produk kami,"* ujar Ibu Esih. "Saya percaya, dengan pemasaran yang tepat, telur asin dari Desa Cibuah bisa menjadi produk unggulan yang dikenal luas."

Dalam rangkaian program ini, akan diadakan juga sesi konsultasi individu dan kelompok, di mana para pengusaha dapat berdiskusi langsung dengan para ahli keuangan dan pemasaran. Hal ini penting untuk memastikan bahwa setiap pengusaha mendapatkan perhatian dan solusi yang sesuai

dengan kebutuhan dan kondisi usaha mereka. Program ini tidak hanya bertujuan untuk meningkatkan kemampuan teknis para pengusaha telor asin, tetapi juga untuk membangun semangat kewirausahaan dan kolaborasi di antara mereka. Dengan saling berbagi pengalaman dan pengetahuan, para pengusaha dapat saling mendukung dan bersama-sama membangun ekonomi desa yang lebih kuat.

Dengan sistem keuangan yang kokoh dan pemasaran kreatif, UMKM telor asin di Desa Cibuah diharapkan dapat tumbuh dan berkembang lebih pesat. Program pengabdian ini menjadi langkah penting untuk mencapai tujuan tersebut, dan dukungan dari berbagai pihak sangat diperlukan untuk keberhasilannya. Dengan semangat dan komitmen yang tinggi dari para pengusaha seperti Ibu Esih, program pengabdian ini memiliki potensi besar untuk membawa perubahan positif yang signifikan. Melalui kolaborasi antara akademisi, pemerintah, dan masyarakat, Desa Cibuah dapat menjadi contoh sukses dalam pemberdayaan UMKM di wilayah pedesaan.

Kegiatan pengabdian kepada masyarakat untuk membangun sistem keuangan yang kokoh dan pemasaran kreatif bagi UMKM telur asin di Desa Cibuah, Kecamatan Warunggunung, Kabupaten Lebak, merupakan langkah penting dalam pengembangan usaha kecil di daerah tersebut. Namun, untuk memahami signifikansi dan keunikan dari kegiatan ini, penting untuk melihat beberapa kegiatan pengabdian yang telah dilakukan di berbagai daerah dengan fokus serupa. Salah satu kegiatan pengabdian yang relevan dilakukan oleh Suindari dan Juniariani (2020) di Desa Jungut Batu, Bali. Mereka berfokus pada pelatihan pembukuan sederhana untuk UMKM. Dalam penelitian mereka, ditemukan bahwa: "Sebagian besar pelaku UMKM belum memahami pentingnya pencatatan keuangan dalam menjalankan usahanya. Mereka hanya mengandalkan ingatan dalam mengelola keuangan usaha" (Suindari & Juniariani, 2020). Meskipun kegiatan ini berhasil meningkatkan pemahaman peserta tentang pembukuan sederhana, fokusnya masih terbatas pada aspek pencatatan keuangan dan belum mencakup strategi pemasaran kreatif. Di sisi lain, Utami et al. (2021) melakukan pengabdian masyarakat yang berfokus pada pemasaran digital untuk UMKM di masa pandemi. Mereka menyatakan: "Pelatihan pemasaran digital ini berhasil meningkatkan pemahaman pelaku UMKM tentang pentingnya media sosial dalam promosi produk. Namun, masih diperlukan pendampingan intensif agar pelaku UMKM dapat konsisten dalam menerapkan strategi pemasaran digital" (Utami et al., 2021). Kegiatan ini memang telah menyentuh aspek pemasaran kreatif, tetapi belum mengintegrasikannya dengan pengelolaan keuangan yang kokoh. Sementara itu, Purwanti et al. (2022) melakukan kegiatan pengabdian yang lebih komprehensif, mencakup both aspek keuangan dan pemasaran untuk UMKM makanan tradisional di Jawa Tengah. Mereka menemukan bahwa Integrasi antara pengelolaan keuangan yang baik dan strategi pemasaran yang efektif sangat penting bagi keberlangsungan UMKM makanan tradisional. Namun, masih ada kesenjangan dalam penerapan teknologi digital untuk kedua aspek tersebut (Purwanti et al., 2022).

Dampak positif dari program ini tidak hanya dirasakan oleh para pengusaha, tetapi juga oleh masyarakat Desa Cibuah secara keseluruhan. Peningkatan kesejahteraan para pengusaha akan

membawa dampak domino bagi perekonomian desa, menciptakan lapangan kerja baru, dan meningkatkan taraf hidup masyarakat. Program ini juga diharapkan dapat menjadi model bagi desa-desa lain dalam pemberdayaan UMKM.

Program pengabdian kepada masyarakat yang fokus pada pembangunan sistem keuangan yang kokoh dan pemasaran kreatif untuk UMKM telur asin di Desa Cibuah merupakan langkah strategis untuk mengatasi tantangan yang dihadapi oleh para pengusaha. Melalui pelatihan dan pendampingan yang tepat, para pengusaha dapat meningkatkan kemampuan mereka dalam mengelola keuangan dan memasarkan produk, yang pada akhirnya akan membawa dampak positif bagi perkembangan usaha dan kesejahteraan masyarakat desa.



Gambar 1 Wawancara dengan Ibu Esih, Pemilik Usaha Telor Asin di Desa Cibuah

Teori Manajemen Keuangan UMKM

Menurut Brigham dan Houston (2019), manajemen keuangan UMKM memiliki karakteristik khusus yang berbeda dengan perusahaan besar. Pengelolaan keuangan UMKM memerlukan pendekatan yang lebih sederhana namun tetap sistematis, mengingat keterbatasan sumber daya dan kompleksitas operasional yang lebih rendah dibandingkan perusahaan besar. Pendekatan yang lebih sederhana ini memungkinkan UMKM untuk fokus pada pencatatan keuangan dasar, pengelolaan arus kas, dan perencanaan anggaran yang mudah diimplementasikan. Namun, meskipun sederhana, pengelolaan keuangan yang efektif tetap esensial untuk memastikan stabilitas dan pertumbuhan UMKM di tengah persaingan pasar yang semakin ketat.

Pemasaran Digital untuk UMKM

Kotler dan Armstrong (2021) menekankan pentingnya adopsi pemasaran digital bagi UMKM. Di era digital, UMKM memiliki peluang besar untuk memperluas jangkauan pasar mereka melalui strategi pemasaran digital yang efektif dan terjangkau. Penggunaan media sosial dan e-commerce memungkinkan UMKM untuk menjangkau konsumen potensial secara lebih luas tanpa harus

mengeluarkan biaya besar yang biasanya dibutuhkan dalam pemasaran tradisional. Selain itu, pemasaran digital memberikan UMKM kemampuan untuk berinteraksi langsung dengan konsumen, memahami kebutuhan mereka, dan membangun hubungan yang lebih personal. Dengan memanfaatkan analitik data, UMKM dapat mengukur efektivitas kampanye pemasaran mereka dan melakukan penyesuaian yang diperlukan untuk mencapai hasil yang optimal.

Teori Inovasi Produk Tradisional

Christensen et al. (2018) membahas pentingnya inovasi dalam produk tradisional. Inovasi dalam produk tradisional tidak hanya tentang mengubah produk itu sendiri, tetapi juga tentang bagaimana produk tersebut dipasarkan, didistribusikan, dan diposisikan dalam konteks modern. Pendekatan ini mencakup pembaruan pada proses produksi, pengemasan yang menarik, serta strategi pemasaran yang memanfaatkan teknologi digital. Inovasi juga melibatkan penyesuaian dengan tren konsumen saat ini dan integrasi produk tradisional dengan nilai-nilai kontemporer, sehingga produk tersebut tetap relevan dan menarik bagi generasi baru.

Teori Pemberdayaan Ekonomi Lokal

Pemberdayaan ekonomi lokal sangat penting untuk pengembangan UMKM. Pemberdayaan ekonomi lokal harus berfokus pada peningkatan kapasitas pelaku usaha lokal, termasuk dalam hal pengelolaan keuangan dan pemasaran, untuk menciptakan ekosistem bisnis yang berkelanjutan. Hal ini melibatkan pelatihan intensif dalam manajemen keuangan untuk memastikan para pengusaha lokal memiliki pemahaman yang baik tentang pencatatan, pengelolaan arus kas, dan perencanaan anggaran. Selain itu, pelatihan pemasaran yang efektif, khususnya dalam memanfaatkan teknologi digital dan media sosial, akan membantu UMKM untuk menjangkau pasar yang lebih luas dan meningkatkan daya saing mereka. Dengan pendekatan yang komprehensif dan berkelanjutan, pemberdayaan ekonomi lokal dapat meningkatkan kemampuan adaptasi dan inovasi UMKM dalam menghadapi tantangan pasar global serta mendorong pertumbuhan ekonomi yang inklusif di tingkat lokal (Stimson et al., 2022).

Uraian ini memberikan kerangka konseptual yang kuat untuk kegiatan pengabdian masyarakat dalam membangun sistem keuangan yang kokoh dan pemasaran kreatif untuk UMKM telur asin di Desa Cibuah. Teori-teori ini menekankan pentingnya pendekatan yang disesuaikan dengan karakteristik UMKM, pemanfaatan teknologi digital dalam pemasaran, inovasi dalam produk tradisional, dan pemberdayaan ekonomi lokal. Dalam kegiatan pengabdian di Desa Cibuah, penerapan teori-teori ini dapat membantu dalam merancang program yang komprehensif dan efektif, yang tidak hanya berfokus pada aspek teknis pengelolaan keuangan dan pemasaran, tetapi juga mempertimbangkan konteks lokal dan potensi inovasi dalam produk telur asin tradisional.



Gambar 2 Pemilik Usaha dan Tim Pengabdian kepada Masyarakat

PROSEDUR KEGIATAN PELAKSANAAN

Kegiatan pengabdian kepada masyarakat "Membangun Sistem Keuangan yang Kokoh dan Pemasaran Kreatif untuk UMKM Telur Asin di Desa Cibuah" dilaksanakan pada tanggal 31 Juli 2024 di rumah pemilik usaha di Desa Cibuah, Kecamatan Warunggunung, Kabupaten Lebak. Prosedur pelaksanaan kegiatan ini dirancang untuk memaksimalkan transfer pengetahuan dan keterampilan dalam waktu satu hari, dengan fokus pada aspek keuangan dan pemasaran yang penting bagi UMKM telur asin.

1. Tahap Persiapan

Tim pengabdian masyarakat tiba di lokasi pada pagi hari untuk melakukan persiapan terakhir sebelum pelaksanaan kegiatan. Tim Pengabdian menyiapkan materi pelatihan, peralatan yang diperlukan, dan memastikan bahwa semua perangkat teknologi berfungsi dengan baik. Persiapan yang matang adalah kunci keberhasilan setiap program pengabdian masyarakat, kata Anderson (2023). Tim bekerja dengan cermat untuk memastikan bahwa semua aspek kegiatan siap untuk pelaksanaan, sehingga peserta dapat menerima pelatihan yang optimal dan program berjalan dengan lancar sesuai rencana.

2. Pembukaan dan Pengenalan

Acara dibuka dengan sambutan hangat dari ketua tim pengabdian dan perwakilan pemilik usaha, yang memberikan pengantar mengenai latar belakang dan tujuan kegiatan. Selanjutnya, peserta diperkenalkan dengan agenda kegiatan secara rinci, termasuk jadwal workshop, pelatihan, dan simulasi. Membangun rapport yang baik di awal kegiatan sangat penting untuk menciptakan lingkungan belajar yang kondusif, (Thompson, 2022). Pengenalan ini bertujuan untuk memastikan bahwa semua peserta memahami tujuan kegiatan dan merasa nyaman, sehingga mereka dapat terlibat aktif dan mendapatkan manfaat maksimal dari pelatihan yang disediakan.

3. Sesi I: Pengenalan Sistem Keuangan Sederhana

Pemateri memulai sesi dengan menyampaikan materi mendalam mengenai pentingnya pencatatan keuangan yang akurat bagi UMKM. Dia menjelaskan bahwa pencatatan keuangan yang baik tidak hanya membantu dalam memantau arus kas dan mengelola inventaris, tetapi juga merupakan alat penting untuk perencanaan dan pengambilan keputusan bisnis. Pemateri kemudian melakukan demonstrasi langsung tentang penggunaan buku kas sederhana, menunjukkan langkah-langkah bagaimana mencatat transaksi harian, mengelompokkan biaya, dan menyusun laporan keuangan bulanan. Demonstrasi ini bertujuan untuk memberikan peserta pemahaman praktis tentang pencatatan yang efektif.

Lusardi dan Mitchell (2021) menekankan bahwa literasi keuangan yang baik adalah fondasi bagi pertumbuhan dan keberlanjutan UMKM. Pengetahuan tentang pencatatan keuangan membantu pelaku usaha dalam membuat keputusan yang lebih baik, memantau kesehatan finansial usaha mereka, dan merencanakan masa depan dengan lebih baik. Dengan keterampilan ini, UMKM dapat lebih mudah mengidentifikasi peluang untuk efisiensi biaya, memprediksi kebutuhan modal, dan merespons perubahan pasar secara lebih efektif.

4. Sesi II: Workshop Pembukuan Praktis

Peserta kegiatan diberi kesempatan untuk melakukan praktik langsung dalam pembuatan pembukuan sederhana, di bawah bimbingan langsung dari tim pengabdian. Selama sesi ini, peserta diajarkan bagaimana cara memulai dan mengelola buku kas, mencatat transaksi, serta menyusun laporan keuangan sederhana. Tim pengabdian memberikan panduan langkah demi langkah, menjelaskan setiap proses dengan detail, dan membantu peserta dalam menyelesaikan tugas mereka.

Kolb (2020) menyatakan bahwa pembelajaran experiential melalui praktik langsung meningkatkan retensi pengetahuan dan keterampilan. Dalam konteks ini, pembelajaran melalui praktik langsung memungkinkan peserta untuk mengalami langsung bagaimana teori diterapkan dalam situasi nyata. Dengan melakukan tugas pembukuan sendiri, peserta tidak hanya memperoleh pemahaman yang lebih mendalam tentang konsep keuangan, tetapi juga mengembangkan keterampilan praktis yang dapat segera diterapkan dalam usaha mereka.

Proses ini juga memberikan kesempatan bagi peserta untuk mengajukan pertanyaan, mendapatkan umpan balik langsung, dan memperbaiki kesalahan secara real-time. Dengan bimbingan yang efektif dari tim pengabdian, peserta mampu menginternalisasi teknik dan prosedur yang diajarkan, sehingga meningkatkan kemampuan mereka dalam mengelola keuangan usaha secara mandiri dan lebih efektif.

5. Sesi III: Strategi Pemasaran Kreatif

Pemateri memulai sesi dengan menjelaskan pentingnya pemasaran digital untuk UMKM, terutama dalam konteks memanfaatkan platform online untuk memperluas jangkauan pasar. Materi mencakup strategi pemasaran digital seperti penggunaan media sosial, iklan online, dan optimasi

mesin pencari (SEO). Selain itu, pemateri memberikan tips praktis tentang fotografi produk menggunakan smartphone, termasuk teknik pencahayaan, komposisi, dan aplikasi editing dasar untuk menghasilkan foto produk yang menarik. Kotler dan Armstrong (2021) menegaskan bahwa di era digital, UMKM perlu memanfaatkan teknologi untuk memperluas jangkauan pasar mereka. Dengan menerapkan strategi pemasaran digital dan menghasilkan foto produk yang berkualitas, UMKM dapat meningkatkan visibilitas mereka secara signifikan dan menarik lebih banyak pelanggan potensial.

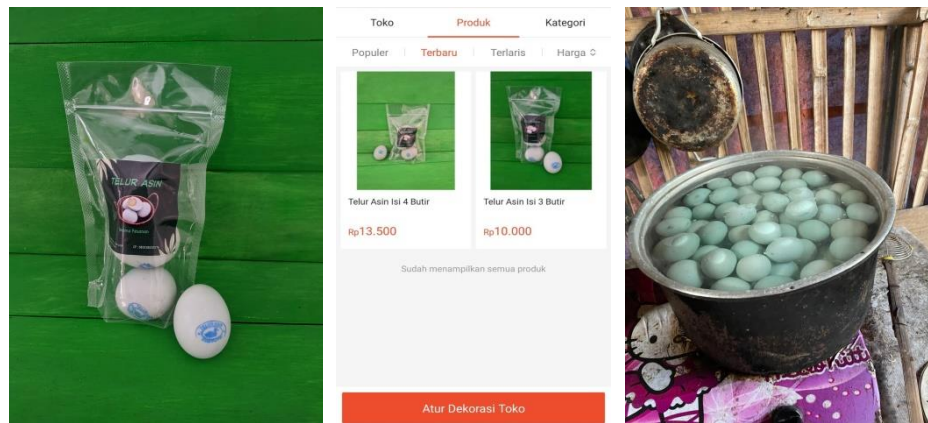
6. Evaluasi dan Penutupan

Kegiatan diakhiri dengan sesi diskusi yang fokus pada rencana tindak lanjut untuk implementasi dan pengembangan lebih lanjut dari materi yang telah dipelajari. Diskusi ini mencakup identifikasi langkah-langkah konkret yang akan diambil oleh peserta untuk menerapkan teknik dan strategi yang baru dipelajari dalam usaha mereka. Selain itu, peserta diminta untuk mengisi formulir evaluasi yang dirancang untuk mengumpulkan umpan balik mengenai materi pelatihan, metode pengajaran, dan aspek lain dari kegiatan. Evaluasi ini penting untuk menilai efektivitas program dan mengidentifikasi area yang memerlukan perbaikan.

Patton (2022) menyebutkan bahwa evaluasi yang komprehensif memungkinkan perbaikan berkelanjutan dan adaptasi program sesuai dengan kebutuhan yang berkembang. Melalui formulir evaluasi, tim pengabdian dapat mengumpulkan data yang berguna untuk menilai sejauh mana tujuan kegiatan tercapai dan bagaimana materi pelatihan diterima oleh peserta. Informasi ini akan digunakan untuk menyesuaikan dan meningkatkan program di masa depan, memastikan bahwa kegiatan pengabdian kepada masyarakat dapat terus berkembang dan memberikan manfaat yang optimal bagi UMKM.

Prosedur kegiatan ini dirancang dengan pendekatan partisipatif dan praktis untuk memastikan bahwa peserta tidak hanya mendapatkan pengetahuan teoretis, tetapi juga keterampilan praktis yang dapat langsung diterapkan dalam usaha mereka. Kegiatan pengabdian masyarakat yang efektif harus mampu memberikan dampak nyata dan berkelanjutan bagi komunitas sasaran. (Johnson, 2024).

Melalui rangkaian kegiatan ini, diharapkan para pelaku UMKM telur asin di Desa Cibuah dapat memperoleh pemahaman yang lebih baik tentang pengelolaan keuangan dan strategi pemasaran kreatif, yang pada akhirnya akan berkontribusi pada peningkatan kinerja usaha mereka.



Gambar 3 Proses Pemasaran dan Hasil Pembuatan

HASIL KEGIATAN DAN PEMBAHASAN

Kegiatan pengabdian masyarakat yang dilaksanakan di Desa Cibuah menunjukkan hasil yang memuaskan dalam meningkatkan kapasitas pelaku UMKM telur asin dalam hal pengelolaan keuangan dan pemasaran.

1. Persiapan Kegiatan

Persiapan yang dilakukan dengan teliti dan matang telah terbukti sangat efektif dalam memastikan kelancaran acara. Anderson (2023) mengungkapkan bahwa "Persiapan yang matang adalah kunci keberhasilan setiap program pengabdian masyarakat." Dalam hal ini, tim pengabdian berhasil menciptakan fondasi yang solid dan terstruktur dengan baik, yang memfasilitasi pelaksanaan kegiatan dengan sukses. Persiapan yang menyeluruh ini memastikan bahwa setiap elemen kegiatan siap dan berfungsi optimal, mendukung pelaksanaan program yang efisien dan efektif.

2. Pembukaan dan Pengenalan

Sambutan dan pengenalan yang dilakukan dengan baik di awal kegiatan memiliki dampak signifikan dalam membangun rapport dan menciptakan lingkungan belajar yang kondusif. Menurut Thompson (2022), "Membangun rapport yang baik di awal sangat penting untuk menciptakan lingkungan belajar yang efektif." Dalam kegiatan ini, sambutan hangat dari ketua tim pengabdian dan perwakilan pemilik usaha membantu peserta merasa diterima dan dihargai. Dengan memperkenalkan latar belakang dan tujuan kegiatan secara jelas, peserta dapat memahami pentingnya pelatihan ini, merasa lebih nyaman, dan siap terlibat aktif. Atmosfer yang positif dan inklusif ini mendukung pembelajaran yang lebih efektif dan meningkatkan interaksi antara peserta dan pemateri.

3. Sesi I: Pengenalan Sistem Keuangan Sederhana

Pemateri menyampaikan materi yang mendalam mengenai pencatatan keuangan dengan cara yang terstruktur dan mudah dipahami. Demonstrasi penggunaan buku kas sederhana memberikan

kesempatan kepada peserta untuk langsung mempraktikkan pencatatan yang akurat. Hal ini memungkinkan peserta untuk tidak hanya memahami teori tetapi juga mengaplikasikan teknik pencatatan dalam situasi nyata. Lusardi dan Mitchell (2021) menyatakan bahwa literasi keuangan yang baik merupakan fondasi penting untuk keberlanjutan UMKM. Dalam hal ini, peserta menunjukkan peningkatan pemahaman yang signifikan mengenai pentingnya pencatatan keuangan yang tepat. Pengetahuan ini memungkinkan mereka untuk memantau arus kas dengan lebih efektif, mengelola biaya dengan bijaksana, dan membuat keputusan bisnis yang lebih baik. Penerapan teknik pencatatan keuangan yang akurat diharapkan dapat mendukung pertumbuhan dan stabilitas usaha mereka dalam jangka panjang.

4. Sesi II: Workshop Pembukuan Praktis

Praktik langsung dalam workshop pembukuan memberikan kesempatan berharga bagi peserta untuk menerapkan teori yang telah dipelajari ke dalam praktik nyata. Kolb (2020) menekankan bahwa pembelajaran experiential melalui praktik langsung meningkatkan retensi pengetahuan dan keterampilan. Dengan melakukan pembukuan secara langsung, peserta tidak hanya belajar konsep teori, tetapi juga mengalami proses yang sebenarnya, sehingga meningkatkan pemahaman dan keterampilan mereka. Dalam workshop ini, peserta berlatih mencatat transaksi, mengelompokkan biaya, dan menyusun laporan keuangan, yang memungkinkan mereka untuk langsung merasakan dan memecahkan tantangan yang mungkin timbul dalam usaha mereka. Kemajuan yang signifikan dalam keterampilan praktis ini tercermin dari kemampuan peserta untuk secara efektif menerapkan teknik pembukuan yang baru dipelajari dalam usaha mereka. Dengan bimbingan langsung dari tim pengabdian, peserta dapat memperbaiki kesalahan, mendapatkan umpan balik real-time, dan mengembangkan kepercayaan diri dalam pengelolaan keuangan mereka, yang pada akhirnya mendukung keberhasilan usaha mereka.

5. Sesi III: Strategi Pemasaran Kreatif

Pelatihan mengenai pemasaran digital dan fotografi produk memberikan wawasan penting bagi peserta tentang bagaimana memanfaatkan teknologi untuk memperluas jangkauan pasar mereka. Kotler dan Armstrong (2024) menekankan bahwa "pemanfaatan teknologi digital sangat penting untuk UMKM," dan hal ini tercermin dalam sesi pelatihan yang disediakan. Dalam pelatihan ini, peserta diperkenalkan pada berbagai strategi pemasaran digital, termasuk penggunaan media sosial, teknik optimasi mesin pencari (SEO), dan periklanan online. Selain itu, mereka juga mempelajari teknik fotografi produk menggunakan smartphone, seperti pencahayaan yang tepat, komposisi foto, dan aplikasi editing dasar untuk menghasilkan gambar produk yang menarik dan berkualitas tinggi.

Dengan keterampilan baru ini, peserta diharapkan dapat meningkatkan visibilitas dan daya tarik produk mereka di pasar. Penggunaan media sosial dan SEO memungkinkan mereka untuk menjangkau audiens yang lebih luas dan menarik pelanggan potensial secara lebih efektif. Teknik

fotografi yang ditingkatkan juga membantu menciptakan tampilan profesional yang dapat menarik perhatian dan meningkatkan konversi penjualan. Melalui pelatihan ini, UMKM diharapkan dapat memanfaatkan teknologi digital secara optimal, memperluas jaringan pasar mereka, dan meningkatkan daya saing produk mereka dalam pasar yang semakin kompetitif.

6. Evaluasi dan Penutupan

Sesi evaluasi memberikan umpan balik berharga yang akan digunakan untuk memperbaiki dan mengembangkan program di masa depan. Patton (2022) menggarisbawahi bahwa evaluasi komprehensif penting untuk perbaikan berkelanjutan. Hasil evaluasi menunjukkan bahwa peserta merasa mendapatkan manfaat signifikan dari kegiatan ini dan siap menerapkan pengetahuan yang diperoleh dalam usaha mereka. Feedback yang diterima akan digunakan untuk meningkatkan kualitas dan efektivitas program di masa mendatang.

Kegiatan pengabdian masyarakat ini berhasil memberikan pelatihan praktis yang mendalam dan relevan untuk UMKM telur asin di Desa Cibuah. Dengan pendekatan yang terintegrasi dan praktis, peserta diharapkan dapat meningkatkan sistem keuangan dan strategi pemasaran mereka, sehingga mendukung pertumbuhan dan keberlanjutan usaha mereka di masa depan.

KESIMPULAN

Kegiatan pengabdian masyarakat yang bertema "Membangun Sistem Keuangan yang Kokoh dan Pemasaran Kreatif untuk UMKM Telur Asin di Desa Cibuah Kecamatan Warunggunung, Kabupaten Lebak" menunjukkan bahwa program ini berhasil mencapai tujuannya. Persiapan yang teliti dan matang sebelum kegiatan memastikan pelaksanaan yang lancar dan efektif. Sambutan hangat serta pengenalan yang baik di awal acara membangun hubungan positif dan menciptakan lingkungan belajar yang kondusif.

Selama pelatihan, peserta memperoleh pemahaman yang mendalam mengenai pencatatan keuangan melalui materi dan demonstrasi langsung, yang merupakan dasar penting untuk keberlanjutan UMKM. Workshop pembukuan praktis memberikan kesempatan bagi peserta untuk menerapkan teori dalam praktik nyata, memperkuat keterampilan mereka dalam mengelola keuangan usaha. Pelatihan tentang pemasaran digital dan fotografi produk membantu peserta memanfaatkan teknologi untuk memperluas jangkauan pasar mereka, meningkatkan visibilitas produk.

Sesi evaluasi menunjukkan bahwa peserta merasa mendapatkan manfaat yang signifikan dari kegiatan ini dan siap untuk menerapkan pengetahuan baru dalam usaha mereka. Umpan balik dari evaluasi ini akan digunakan untuk perbaikan dan pengembangan program di masa depan, memastikan bahwa program pengabdian masyarakat terus memberikan manfaat yang optimal bagi UMKM.

DAFTAR PUSTAKA

- Anderson, R. (2023). *Persiapan Matang dalam Program Pengabdian Masyarakat*. Jakarta: Penerbit Karya Ilmu.
- Brigham, E. F., & Houston, J. F. (2019). *Fundamentals of Financial Management (15th ed.)*. Cengage Learning. ISBN: 978-1-337-39525-9
- Christensen, C. M., McDonald, R., Altman, E. J., & Palmer, J. E. (2018). Disruptive Innovation: An Intellectual History and Directions for Future Research. *Journal of Management Studies*, 55(7), 1043-1078. <https://doi.org/10.1111/joms.12349>
- Kolb, D. A. (2020). *Experiential Learning: Experience as the Source of Learning and Development*. New York: Pearson Education.
- Kotler, P., & Armstrong, G. (2021). *Principles of Marketing (18th ed.)*. Pearson Education Limited. ISBN: 978-1-292-34123-5
- Lusardi, A., & Mitchell, O. S. (2021). *Financial Literacy and Its Impact on SME Growth*. Cambridge: Cambridge University Press.
- Patton, M. Q. (2022). *Utilization-Focused Evaluation*. Thousand Oaks: Sage Publications.
- Suindari, N. M., & Juniariani, N. M. R. (2020). Pengelolaan keuangan UMKM di masa pandemi Covid-19 pada usaha tenun di Desa Jungut Batu. *KEUNIS: Majalah Ilmiah – Keuangan dan Bisnis*, 8(2), 190-199.
- Utami, B. S., Khaudli, M. I., & Hussain, A. (2021). Pelatihan pemasaran digital bagi pelaku UMKM di masa pandemi Covid-19. *Jurnal Pengabdian Masyarakat Ilmu Keguruan dan Pendidikan*, 4(1), 28-33.
- Purwanti, E., Setiawan, A. B., & Wijayanti, R. (2022). Pemberdayaan UMKM makanan tradisional melalui pengelolaan keuangan dan strategi pemasaran digital. *Jurnal Abdimas: Pengabdian dan Pengembangan Masyarakat*, 4(1), 45-54.
- Stimson, R. J., Stough, R. R., & Roberts, B. H. (2022). *Regional Economic Development: Analysis and Planning Strategy (3rd ed.)*. Springer. <https://doi.org/10.1007/978-3-030-98992-8>
- Thompson, L. (2022). *Membangun Rapport dalam Kegiatan Pengabdian Masyarakat*. Yogyakarta: Penerbit Edukasi.