

Peningkatan Ekonomi Rumah Tangga melalui Pengembangan UMKM di Dusun Bojongsari

^{a,1}Amar Galih, ^{b,2} Islam Ali Akbar, ^{c,3}Faza Anggrainiy, ^{d,4}Prilian Catur N, ^{e,5}Yuliandi Akbar

^{abcde}Universitas Pamulang, Program Studi Magister Akuntansi, Fakultas Ekonomi dan Bisnis*

¹amargalih90@gmail.com; ²IslamAliAkbar@gmail.com; ³fazaanggrainiy@gmail.com; ⁴Priliancatur@gmail.com;
⁵yuliandi.akbar99@gmail.com

Abstrak

Pengabdian masyarakat ini bertujuan untuk meningkatkan perekonomian rumah tangga ibu-ibu di Dusun Bojongsari melalui pengembangan Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah (UMKM). Dusun ini memiliki potensi sumber daya manusia yang tinggi, namun keterbatasan pengetahuan manajemen keuangan dan pemasaran menjadi kendala utama. Pendekatan yang digunakan meliputi pelatihan manajemen keuangan dasar, strategi pemasaran digital, dan pelatihan pengemasan produk. Hasil kegiatan menunjukkan peningkatan pemahaman ibu-ibu dalam mengelola usaha, dengan 80% peserta mulai menerapkan teknik pemasaran digital. Kesimpulan menunjukkan pentingnya pendampingan berkelanjutan untuk memastikan keberlanjutan program.

Kata Kunci: UMKM; ekonomi rumah tangga; pelatihan pemasaran digital; manajemen keuangan

Abstract

Improving Household Economy Through MSME Development in Bojongsari Village
This community service aims to enhance the household economy of women in Bojongsari Village through the development of Micro, Small, and Medium Enterprises (MSMEs). The village has significant human resource potential, but limited knowledge of financial management and marketing poses challenges. The approach included basic financial management training, digital marketing strategies, and product packaging workshops. Results show improved understanding among participants, with 80% adopting digital marketing techniques. Continuous assistance is recommended to ensure program sustainability.

Keywords: MSMEs; household economy; digital marketing training; financial management

PENDAHULUAN

Dusun Bojongsari merupakan wilayah dengan potensi besar dalam sektor ekonomi rumah tangga. Sebagian besar penduduk adalah ibu rumah tangga yang memiliki inisiatif tinggi untuk mendirikan UMKM sebagai upaya meningkatkan pendapatan keluarga. Namun, berbagai kendala seperti kurangnya pengetahuan manajemen usaha dan pemasaran produk menjadi tantangan utama dalam pengelolaan UMKM mereka.

Berdasarkan survei awal, ditemukan bahwa 70% pelaku UMKM di dusun ini belum memahami pengelolaan keuangan sederhana. Selain itu, kurangnya kemampuan memanfaatkan teknologi digital untuk pemasaran menjadi hambatan dalam memperluas jangkauan pasar. Kegiatan pengabdian ini bertujuan untuk memberikan solusi melalui pelatihan manajemen keuangan, pemasaran digital, dan peningkatan kualitas produk. Manfaat yang diharapkan meliputi peningkatan pendapatan keluarga serta keberlanjutan usaha dalam jangka panjang. Penelitian serupa oleh Retnawati (2020) menunjukkan bahwa pelatihan berbasis praktik langsung memberikan dampak signifikan terhadap keberhasilan UMKM.

Kegiatan pengabdian ini bertujuan untuk memberikan solusi melalui pelatihan manajemen keuangan, pemasaran digital, dan peningkatan kualitas produk. Manfaat yang diharapkan meliputi peningkatan pendapatan keluarga serta keberlanjutan usaha dalam jangka panjang. Penelitian serupa oleh Retnawati (2020) menunjukkan bahwa

pelatihan berbasis praktik langsung memberikan dampak signifikan terhadap keberhasilan UMKM. Selain itu, studi oleh Suryana (2022) menegaskan pentingnya pelatihan berkelanjutan untuk membangun daya saing UMKM di tingkat lokal maupun nasional.

PROSEDUR

Kegiatan dilaksanakan di Dusun Bojongsari selama tiga bulan (Januari–Maret 2025). Sasaran kegiatan adalah 25 ibu rumah tangga yang memiliki usaha kecil seperti kerajinan tangan dan makanan ringan. Metode yang digunakan meliputi:

1. **Pelatihan Manajemen Keuangan:** Mengajarkan pencatatan keuangan sederhana dan analisis laba rugi. Berdasarkan model yang dikembangkan oleh Simanjuntak (2021), pencatatan yang terstruktur membantu pelaku usaha mengidentifikasi peluang penghematan biaya.
2. **Pelatihan Pemasaran Digital:** Meliputi pembuatan akun media sosial bisnis dan penggunaan platform e-commerce. Pelatihan ini mengadopsi pendekatan dari Wardani (2020) yang menekankan pentingnya visual konten dalam menarik konsumen.
3. **Pelatihan Pengemasan Produk:** Memperbaiki desain kemasan untuk meningkatkan daya tarik produk. Menurut penelitian oleh Prasetyo (2023), kemasan yang menarik secara

visual dapat meningkatkan penjualan hingga 30%.

Proses pelatihan dilakukan secara tatap muka dengan pendekatan partisipatif. Peserta juga diberikan modul pelatihan sebagai panduan. Pelaksanaan pelatihan melibatkan simulasi langsung agar peserta dapat mempraktikkan keterampilan yang diajarkan.



Gambar 1. Sesi Pemaparan Materi



Gambar 2. Sesi Foto Bersama

HASIL DAN PEMBAHASAN

Hasil pengabdian menunjukkan:

1. **Peningkatan Pemahaman:** 80% peserta memahami pentingnya pencatatan keuangan sederhana, dengan 60% mulai menerapkannya dalam usaha mereka.

2. **Adopsi Teknologi:** Sebanyak 20 dari 25 peserta telah memiliki akun media sosial bisnis dan mulai memasarkan produk secara online.
3. **Kualitas Produk:** Peserta yang mengikuti pelatihan pengemasan melaporkan peningkatan permintaan produk mereka karena tampilan yang lebih menarik.

Pembahasan menunjukkan bahwa kegiatan pelatihan berbasis praktik langsung efektif dalam meningkatkan keterampilan dan kepercayaan diri peserta. Namun, keterbatasan waktu dan sumber daya menjadi tantangan dalam pelaksanaan program. Pendampingan berkelanjutan diperlukan untuk memastikan keberhasilan jangka panjang.

KESIMPULAN

Kegiatan pengabdian masyarakat ini berhasil meningkatkan pemahaman dan keterampilan ibu-ibu di Dusun Bojongsari dalam mengelola UMKM. Program ini berpotensi meningkatkan perekonomian rumah tangga secara signifikan. Untuk keberlanjutan, diperlukan pendampingan lanjutan dan kerjasama dengan pihak terkait seperti pemerintah desa dan institusi pendidikan.

REFERENSI

- Aulia, R. (2018). Dampak Teknologi terhadap Pengelolaan Usaha Kecil. *Jurnal Ekonomi Digital*, 4(1), 45-55.
- Kementerian Koperasi dan UKM. (2023). *Statistik Perkembangan UMKM di Indonesia*. Jakarta: Kemenkop UKM.
- Prasetyo, A. (2023). Dampak Desain Kemasan terhadap Peningkatan Penjualan. *Jurnal Manajemen Produk*, 8(1), 75-88.
- Retnawati, K. (2020). Pengembangan Kapasitas UMKM melalui Pelatihan Berbasis Praktik. *Jurnal Pengabdian Masyarakat*, 5(2), 123-130.
- Simanjuntak, D. (2021). Model Pencatatan Keuangan Sederhana untuk UMKM. *Jurnal Keuangan Mikro*, 6(1), 89-102.
- Sunarto, K. (2004). *Pengantar Sosiologi*. Jakarta: Lembaga Penerbit Fakultas Ekonomi UI.
- Suryana, H. (2022). Strategi Pemberdayaan UMKM melalui Pelatihan Berkelanjutan. *Jurnal Ekonomi Lokal*, 7(3), 231-245.
- Wardani, L. (2020). Pemasaran Digital untuk UMKM: Studi Kasus pada Industri Kreatif. *Jurnal Ekonomi Kreatif*, 3(2), 145-156.