

Strategi memulai dan mengembangkan UMKM yang berkelanjutan di desa Kertarahayu.pdf

by Ft` Unisma

Submission date: 19-Mar-2025 02:01AM (UTC+0700)

Submission ID: 2618410599

File name: Strategi_memulai_dan_mengembangkan_UMKM_yang_berkelanjutan_di_desa_Kertarahayu.pdf
(349.99K)

Word count: 4094

Character count: 25233

STRATEGI MEMULAI DAN MENGEMBANGKAN UMKM YANG BERKELANJUTAN DI DESA KERTARAHAYU

Setyo Supratno^{1*},

¹Program Studi Teknik Elektro, Universitas Islam 45 Bekasi, Indonesia

setyo@unismabekasi.ac.id^{1*}

Abstract: *The seminar "Strategies for Starting and Developing Sustainable MSMEs in Kertarahayu Village" aimed to enhance MSME actors' understanding of business planning, digital marketing, financial recording, and e-commerce utilization. The event was attended by 27 participants, consisting of MSME entrepreneurs and village officials. Evaluation results indicated that participants recognized the importance of digital marketing (79.2%) and personal branding (78.0%), but still faced challenges in digital financial recording (72.4%). The seminar covered topics such as strategies for starting a sustainable business, digital mindset in marketing, digital marketing strategies, and training on financial recording applications and e-commerce platforms. The seminar successfully improved participants' understanding of various aspects of digital business, although further assistance is needed in financial recording and digital marketing optimization. Through this initiative, it is expected that MSMEs in Kertarahayu Village will become more competitive and sustainable in the digital era.*

Keywords: *MSMEs, digital marketing, financial recording, e-commerce, business sustainability.*

Abstrak: Seminar “Strategi Memulai dan Mengembangkan UMKM yang Berkelanjutan di Desa Kertarahayu” bertujuan untuk meningkatkan pemahaman pelaku UMKM tentang perencanaan usaha, pemasaran digital, pencatatan keuangan, dan pemanfaatan e-commerce. Kegiatan ini diikuti oleh 27 peserta yang terdiri dari pelaku UMKM dan aparat desa. Hasil evaluasi menunjukkan bahwa peserta memahami pentingnya pemasaran digital (79,2%) dan personal branding (78,0%), tetapi masih menghadapi tantangan dalam pencatatan keuangan digital (72,4%). Materi seminar mencakup strategi memulai usaha berkelanjutan, mindset digital dalam pemasaran, strategi digital marketing, serta pelatihan penggunaan aplikasi pencatatan keuangan dan e-commerce. Seminar ini berhasil meningkatkan pemahaman peserta dalam berbagai aspek bisnis digital, meskipun diperlukan pendampingan lebih lanjut dalam pencatatan keuangan dan optimalisasi pemasaran digital. Dengan adanya kegiatan ini, diharapkan UMKM di Desa Kertarahayu dapat lebih kompetitif dan berkelanjutan di era digital.

Kata kunci: UMKM, pemasaran digital, pencatatan keuangan, e-commerce, keberlanjutan usaha

PENDAHULUAN

Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah (UMKM) memiliki peran yang sangat besar dalam menggerakkan perekonomian nasional. (Janah & Tampubolon, 2024), (Setyawati,

2018). Sektor ini bukan hanya menyumbang sebagian besar Produk Domestik Bruto (PDB), tetapi juga menjadi tulang punggung dalam penciptaan lapangan kerja bagi masyarakat, (Singgih, 2007). Di tingkat daerah,

UMKM memainkan peran yang tak kalah penting, terutama dalam menghidupkan ekonomi lokal dan meningkatkan kesejahteraan masyarakat sekitar, (Lubis & Salsabila, 2024).

Namun, meskipun memiliki potensi yang besar, UMKM di Desa Kertarahayu masih menghadapi berbagai tantangan yang menghambat perkembangan mereka. Salah satu kendala utama adalah kurangnya pemahaman dalam strategi memulai dan mengelola bisnis. Banyak pelaku usaha yang memulai usahanya secara spontan, tanpa perencanaan yang matang. Akibatnya, mereka sering kali kesulitan menjaga keberlanjutan bisnis dalam jangka panjang, (Rofiq et al., 2023), (Wijaya, 2023)

Di era digital seperti sekarang, strategi pemasaran berbasis teknologi menjadi faktor kunci dalam memperluas jangkauan bisnis, (Riofita, 2024), (Sasikirana et al., 2024). Sayangnya, pemanfaatan digital marketing di kalangan UMKM di Desa Kertarahayu masih sangat minim. Padahal, dengan pemasaran digital, mereka bisa menjangkau lebih banyak pelanggan tanpa harus mengeluarkan biaya promosi yang besar, (Wardhana, 2015). Beberapa penelitian menunjukkan bahwa adopsi digital marketing dapat membantu UMKM bertahan di tengah persaingan pasar yang semakin ketat, (Aini et al., 2023)

Selain itu, minimnya literasi digital juga menjadi tantangan tersendiri. Banyak pelaku UMKM yang belum memahami bagaimana membangun personal branding yang kuat, padahal hal ini sangat berpengaruh terhadap kepercayaan konsumen. (Kurniawati et al., 2023). Konsumen cenderung lebih

percaya pada merek atau produk yang memiliki identitas yang jelas dan kredibel. Tidak hanya itu, sistem pencatatan keuangan yang masih manual atau bahkan tidak terdokumentasi dengan baik juga menjadi masalah utama. Tanpa pencatatan keuangan yang rapi, sulit bagi UMKM untuk mengelola arus kas dan membuat keputusan bisnis yang tepat. Padahal, pencatatan keuangan yang baik sangat membantu dalam mengatur pengeluaran dan investasi agar bisnis tetap sehat dan berkembang, (Friyanto, 2022). Permasalahan lainnya adalah rendahnya pemanfaatan platform e-commerce sebagai media pemasaran produk. Dengan semakin berkembangnya industri perdagangan digital, platform seperti Shopee dapat menjadi sarana yang efektif bagi UMKM untuk meningkatkan visibilitas dan penjualan produk mereka. Namun, banyak pelaku UMKM yang belum memahami cara mengoptimalkan penggunaan e-commerce sebagai bagian dari strategi pemasaran bisnis mereka, (Aisyah, 2020).

Untuk menjawab berbagai tantangan tersebut, seminar bertajuk “Strategi Memulai dan Mengembangkan UMKM yang Berkelanjutan di Desa Kertarahayu” diadakan dengan tujuan untuk membekali para pelaku usaha dengan pengetahuan dan keterampilan yang diperlukan agar mereka dapat mengelola bisnisnya dengan lebih baik. Program ini memiliki tingkat urgensi yang tinggi mengingat masih banyaknya UMKM yang belum memiliki strategi bisnis yang jelas. Adanya seminar ini, para peserta diharapkan dapat memahami langkah-

langkah strategis dalam memulai usaha, membangun personal branding, serta mengadopsi teknologi digital untuk meningkatkan efektivitas operasional mereka.

Keberadaan aparatur desa dalam seminar ini juga menjadi faktor penting dalam mendukung pengembangan UMKM secara berkelanjutan. Peran pemerintah desa sangat diperlukan dalam menciptakan ekosistem yang kondusif bagi pertumbuhan UMKM, baik dari segi regulasi maupun fasilitasi pelatihan dan pendampingan usaha, (Alchudhory & Lessy, 2024). Selain itu, berdasarkan data yang diperoleh dari desa, terdapat lima pelaku UMKM yang telah memiliki Nomor Induk Berusaha (NIB) serta satu usaha yang telah memperoleh sertifikasi halal. Hal ini menunjukkan bahwa masih banyak UMKM yang belum memiliki legalitas usaha, sehingga mempersulit mereka dalam mengakses berbagai fasilitas dan dukungan dari pemerintah maupun lembaga keuangan. Oleh karena itu, seminar ini juga bertujuan untuk memberikan edukasi mengenai pentingnya legalitas usaha bagi keberlanjutan bisnis. (Lia et al., 2023).

Seminar ini menjadi sangat penting dalam konteks pengembangan UMKM di Desa Kertarahayu. Dengan adanya pelatihan mengenai strategi digital marketing, pelaku usaha dapat meningkatkan daya saing mereka melalui pemasaran yang lebih efektif dan efisien. Selain itu, pengenalan aplikasi pencatatan keuangan digital seperti TemanBisnis akan membantu UMKM dalam mengelola keuangan secara lebih sistematis dan transparan, (Fitri et al., 2024). Di sisi lain, pemanfaatan e-commerce sebagai media pemasaran produk juga menjadi fokus dalam

seminar ini. Dengan meningkatnya tren belanja online, UMKM yang dapat beradaptasi dengan platform e-commerce memiliki peluang lebih besar untuk meningkatkan omzet dan memperluas jangkauan pasar mereka, (Irawati & Prasetyo, 2021).

Seminar ini memiliki beberapa tujuan utama, di antaranya adalah untuk memberikan pemahaman yang lebih baik kepada para pelaku UMKM mengenai strategi memulai usaha, membangun personal branding yang kuat, serta memanfaatkan digital marketing dan e-commerce secara efektif. Selain itu, seminar ini juga bertujuan untuk meningkatkan literasi keuangan para pelaku usaha melalui penggunaan aplikasi pencatatan keuangan digital. Peserta seminar terdiri dari dua puluh tujuh pelaku UMKM yang hadir di Kantor Desa Kertarahayu, termasuk di dalamnya adalah beberapa aparatur desa yang memiliki peran dalam pengembangan kebijakan terkait UMKM. Kehadiran mereka diharapkan dapat memberikan dorongan bagi pemerintah desa untuk lebih aktif dalam mendukung pengembangan sektor UMKM di wilayah tersebut. Manfaat dari seminar ini cukup luas, mulai dari peningkatan pemahaman mengenai strategi bisnis yang berkelanjutan hingga peningkatan daya saing UMKM melalui penerapan teknologi digital.

METODE

Identifikasi Kebutuhan dan Persiapan Seminar

Tahap awal dari pelaksanaan kegiatan ini adalah identifikasi kebutuhan peserta, yang bertujuan untuk memahami tantangan utama yang dihadapi oleh pelaku UMKM di Desa Kertarahayu. Identifikasi dilakukan melalui observasi dan diskusi dengan

aparatur desa serta pelaku usaha yang telah berjalan. Beberapa permasalahan utama yang ditemukan, yakni; banyak pelaku usaha menghadapi kendala dalam memulai dan mengelola bisnis secara berkelanjutan akibat kurangnya pemahaman tentang strategi bisnis jangka panjang. Selain itu, pemanfaatan digital marketing masih minim, sehingga pemasaran produk terbatas pada metode tradisional. Rendahnya kesadaran akan pencatatan keuangan yang rapi juga menjadi masalah, karena tanpa pencatatan yang baik, sulit bagi pelaku usaha untuk mengelola keuangan secara efektif. Selain itu, platform e-commerce belum dimanfaatkan secara optimal, padahal dapat memperluas jangkauan pasar. Untuk mencapai keberhasilan, diperlukan pemahaman bisnis yang lebih baik, pemanfaatan teknologi digital, dan pengelolaan keuangan yang sistematis.

Berdasarkan permasalahan tersebut, disusunlah materi seminar yang relevan, mencakup strategi memulai usaha, digital marketing, pencatatan keuangan digital, dan e-commerce. Narasumber yang diundang berasal dari kalangan akademisi, praktisi bisnis, serta ahli digital marketing yang memiliki pengalaman dalam membimbing UMKM.

Pelaksanaan Seminar

Seminar dilaksanakan di Kantor Desa Kertarahayu pada pukul 10.00 WIB dengan dihadiri oleh 27 peserta, yang terdiri dari pelaku UMKM dan aparatur desa. Seminar ini dirancang secara interaktif, agar peserta dapat lebih mudah memahami dan mengaplikasikan materi yang diberikan. Adapaun materi yang disampaikan adalah; Memulai usaha yang berkelanjutan membutuhkan perencanaan matang, termasuk riset pasar,

penyusunan rencana bisnis, legalitas usaha, serta strategi permodalan agar usaha lebih terarah dan kompetitif.

Dalam menghadapi era digital, pelaku UMKM perlu mengubah pola pikir dan memanfaatkan pemasaran digital melalui media sosial dan marketplace. Personal branding menjadi kunci dalam membangun citra usaha, dengan strategi mencakup pemilihan logo, warna, dan gaya komunikasi yang menarik.

Strategi digital marketing seperti SEO, iklan berbayar, dan content marketing dapat meningkatkan daya saing usaha di pasar digital. Selain itu, pencatatan keuangan yang rapi sangat penting, dan aplikasi seperti TemanBisnis dapat membantu pencatatan yang lebih sistematis.

Pemanfaatan platform e-commerce seperti Shopee juga menjadi peluang besar bagi UMKM untuk meningkatkan penjualan. Pelatihan diberikan mengenai cara membuat toko online, mengelola stok, dan strategi promosi agar lebih dikenal oleh pelanggan potensial.

Pengukuran Keberhasilan Seminar

Keberhasilan seminar dievaluasi melalui penyebaran kuisisioner kepada 27 peserta. Kuisisioner ini menilai tingkat pemahaman terhadap materi, kesiapan dalam menerapkan strategi, aspek paling bermanfaat, serta saran untuk peningkatan seminar. Peserta mengisi kuisisioner di akhir sesi, dan hasilnya digunakan sebagai bahan pengembangan program pelatihan yang lebih efektif bagi pelaku UMKM di Desa Kertarahayu.

PEMBAHASAN

Pelaksanaan seminar "Strategi Memulai dan Mengembangkan UMKM yang Berkelanjutan di Desa

Kertarahayu" disusun melalui beberapa tahapan

Tabel 1 Tahapan Kegiatan Waktu dan Tempat Pelaksanaan

No.	Tahapan Kegiatan	Tanggal	Waktu	Tempat
1	Observasi dan Identifikasi UMKM	5 - 10 Feb 2025	09.00 - 12.00 WIB	- Desa Kertarahayu
2	Wawancara dengan Pelaku UMKM dan Aparatur Desa	12 - 14 Feb 2025	10.00 - 14.00 WIB	- Kantor Desa Kertarahayu
3	Penyusunan Materi Seminar	15 - 17 Feb 2025	-	-
4	Koordinasi dengan Narasumber	18 Feb 2025	-	Online
5	Persiapan Teknis (Peralatan, Konsumsi, Materi)	20 - 21 Feb 2025	09.00 - 15.00 WIB	- Kantor Desa Kertarahayu
6	Seminar "Strategi Memulai dan Mengembangkan UMKM yang Berkelanjutan"	22 Feb 2025	10.00 Selesai	- Kantor Desa Kertarahayu
7	Penyebaran Kuisioner Evaluasi	22 Februari 2025	12.30 - 13.00 WIB	- Kantor Desa Kertarahayu

Seminar berlangsung pada tanggal 22 Februari 2025, bertempat di Kantor Desa Kertarahayu, dengan durasi kegiatan mulai pukul 10.00 WIB hingga selesai. Kantor desa dipilih sebagai lokasi seminar karena merupakan pusat kegiatan masyarakat serta mudah diakses oleh peserta dan narasumber.

Anggaran Biaya

Agar seminar dapat berjalan dengan lancar, anggaran disusun untuk mencakup kebutuhan utama seperti honor narasumber, konsumsi peserta, cetak materi, serta peralatan pendukung. Berikut adalah rincian anggaran seminar:

Tabel 2 Anggaran Biaya Pelaksanaan Seminar

No.	Item Pengeluaran	Jumlah	Harga Satuan (Rp)	Total (Rp)
1	Honor Narasumber	1 orang	500.000	500.000
2	Konsumsi Peserta (Snack)	27 orang	15.000	405.000
3	Konsumsi Panitia & Narasumber	5 orang	15.000	75.000
4	Sewa Peralatan (Sound System, Proyektor)	1 paket	500.000	500.000
5	Cetak Sertifikat	27 lembar	10.000	270.000
6	ATK & Dokumentasi	-	-	250.000
Total				2.000.000

Seminar ini diharapkan dapat memberikan pemahaman yang lebih baik bagi pelaku UMKM dalam memulai dan mengembangkan usahanya secara

berkelanjutan. Dengan adanya evaluasi melalui penyebaran kuisioner, efektivitas seminar dapat diukur dan menjadi dasar pengembangan program serupa di masa mendatang.

Kondisi Awal dan Registrasi Peserta

Pada hari pelaksanaan seminar, Sabtu, 22 Februari 2025, peserta mulai berdatangan sejak pukul 09.30 WIB di Kantor Desa Kertarahayu. Panitia yang bertugas telah menyiapkan meja registrasi untuk pencatatan kehadiran

peserta. Dari 27 peserta yang telah mendaftar, seluruhnya hadir dan mengisi daftar absensi. Peserta terdiri dari pelaku UMKM, aparat desa, serta beberapa masyarakat yang tertarik untuk memulai usaha.



Gambar 1: Proses Registrasi Peserta

Panitia membagikan materi seminar dalam bentuk cetak kepada peserta yang hadir. Selain itu, panitia juga menyediakan konsumsi ringan untuk peserta agar mereka tetap fokus selama sesi seminar berlangsung. Setelah registrasi selesai, peserta diarahkan ke ruang seminar, di mana acara akan segera dimulai.

Pembukaan dan Sambutan Seminar dimulai pukul 10.00 WIB, diawali dengan sambutan dari perwakilan aparat Desa Kertarahayu yang menekankan pentingnya dukungan bagi UMKM dalam meningkatkan daya saing dan keberlanjutan usaha mereka. Sambutan kedua disampaikan oleh narasumber, yang memberikan gambaran singkat tentang materi yang akan disampaikan dalam sesi seminar.

Penyampaian Materi Seminar

Setelah sesi pembukaan, narasumber menyampaikan materi utama

"Strategi Memulai dan Mengembangkan UMKM yang Berkelanjutan", yang mencakup berbagai aspek penting dalam membangun usaha. Pembahasan dimulai dengan strategi memulai usaha, termasuk riset pasar, perencanaan bisnis, legalitas, dan permodalan. Selanjutnya, peserta diperkenalkan pada mindset digital dalam pemasaran, dengan penekanan pada pemanfaatan media sosial dan marketplace.

Materi kemudian berlanjut ke personal branding, di mana peserta diajarkan strategi membangun identitas brand yang menarik. Aspek digital marketing juga dibahas, termasuk SEO, iklan berbayar, dan content marketing untuk meningkatkan daya saing usaha secara online. Selain itu, peserta diberikan wawasan tentang pencatatan keuangan digital menggunakan aplikasi TemanBisnis guna memastikan keuangan usaha lebih terorganisir.

Sebagai langkah akhir, sesi pelatihan pemanfaatan e-commerce memberikan panduan praktis dalam membuat toko online di Shopee, mengelola stok, serta menerapkan strategi promosi untuk meningkatkan penjualan dan memperluas jangkauan pasar.



Gambar 3: Penyampaian Materi oleh Narasumber

Peserta tampak antusias mengikuti pemaparan materi. Beberapa peserta aktif bertanya, terutama mengenai proses legalitas usaha dan strategi pemasaran digital yang sesuai dengan jenis produk mereka.

Diskusi dan Tanya Jawab

Setelah penyampaian materi selesai, sesi diskusi dibuka untuk memberikan kesempatan kepada peserta dalam mengajukan pertanyaan dan mendalami pemahaman mereka. Beberapa peserta menanyakan cara efektif dalam mempromosikan produk di media sosial, termasuk strategi menarik perhatian pelanggan dan meningkatkan interaksi. Selain itu, ada juga pertanyaan mengenai prosedur mendapatkan sertifikasi halal bagi produk makanan, yang dianggap penting untuk meningkatkan kepercayaan konsumen. Topik lain yang dibahas adalah pentingnya pencatatan keuangan digital serta cara penggunaannya. Narasumber menjelaskan bagaimana pencatatan yang baik dapat membantu dalam

pengelolaan keuangan usaha dan memperkenalkan aplikasi yang dapat digunakan untuk mencatat transaksi secara lebih rapi dan sistematis. Sesi ini memberikan wawasan yang lebih mendalam bagi peserta dalam mengaplikasikan strategi yang telah dipelajari. Narasumber menjawab setiap pertanyaan dengan memberikan contoh konkret serta studi kasus dari UMKM yang telah sukses menerapkan strategi tersebut.



Gambar 4: Foto Bersama Narasumber dan Peserta Seminar

Penyebaran Kuisioner Evaluasi

Untuk mengukur pemahaman peserta terhadap materi yang telah disampaikan, panitia membagikan kuisioner evaluasi di akhir sesi. Kuisioner ini mencakup pertanyaan terkait strategi memulai usaha yang berkelanjutan, pemanfaatan digital marketing dalam pengembangan UMKM, serta manfaat pencatatan keuangan digital menggunakan aplikasi seperti TemanBisnis. Selain itu, peserta juga dievaluasi mengenai pemahaman mereka terhadap pemanfaatan e-commerce sebagai sarana pemasaran produk. Hasil kuisioner ini digunakan untuk menilai efektivitas seminar dan sebagai bahan pertimbangan dalam penyelenggaraan pelatihan selanjutnya.

10	Saya mengetahui teknik dasar SEO dalam pemasaran digital.	1	3	7	10	6	27
11	Saya memahami manfaat iklan berbayar dalam meningkatkan bisnis.	0	2	6	13	6	27
12	Saya mengetahui pentingnya content marketing dalam digital marketing.	0	1	5	14	7	27
Aspek 5: Pencatatan Keuangan Digital							
13	Saya memahami pentingnya pencatatan keuangan dalam bisnis.	0	2	7	12	6	27
14	Saya mengetahui manfaat aplikasi TemanBisnis untuk UMKM.	1	3	7	9	7	27
15	Saya memahami cara menggunakan aplikasi pencatatan keuangan digital.	1	4	6	9	7	27
Aspek 6: Pemanfaatan E-Commerce							
16	Saya memahami bagaimana cara membuat toko online di Shopee.	0	2	5	12	8	27
17	Saya mengetahui cara mengelola stok dan transaksi di Shopee.	0	3	6	11	7	27
18	Saya memahami strategi promosi produk di Shopee.	0	2	5	12	8	27

Langkah Perhitungan

Perhitungan hasil kuisioner dilakukan dengan menghitung total nilai pada setiap aspek berdasarkan jumlah responden yang memberikan skor tertentu. Rata-rata skor kemudian diperoleh dengan membagi total skor dengan jumlah pertanyaan dalam aspek tersebut. Kategori pemahaman peserta ditentukan berdasarkan persentase rata-rata skor. Jika persentase mencapai 85% atau lebih, peserta dikategorikan sangat paham.

Jika berada dalam rentang 75% hingga 84%, peserta dianggap paham. Rentang 60% hingga 74% menunjukkan pemahaman yang cukup, sementara rentang 50% hingga 59% menunjukkan pemahaman yang kurang. Jika persentasenya kurang dari 50%, peserta dianggap tidak memahami materi. Metode ini digunakan untuk menilai efektivitas seminar secara objektif dan sebagai bahan evaluasi dalam menyusun program pelatihan yang lebih sesuai dengan kebutuhan peserta.

Tabel 4 Hasil Perhitungan Kuisioner (27 Responden)

Aspek	Total Skor	Rata-rata Skor	Persentase Pemahaman (%)	Kategori
Strategi Memulai Usaha	312	104	77.2%	Paham
Mindset Digital dalam Pemasaran	321	107	79.2%	Paham
Personal Branding UMKM	316	105.3	78.0%	Paham

Strategi Digital Marketing	307	102.3	76.0%	Paham
Pencatatan Keuangan Digital	293	97.7	72.4%	Cukup Paham
Pemanfaatan E-Commerce	318	106	78.5%	Paham

Analisis Hasil Kuesioner

Mayoritas peserta menunjukkan pemahaman yang baik terhadap materi seminar. Aspek Mindset Digital dalam Pemasaran memperoleh skor tertinggi sebesar 79.2%, menandakan kesadaran peserta akan pentingnya digitalisasi dalam pemasaran UMKM. Sebaliknya, aspek Pencatatan Keuangan Digital memiliki skor terendah sebesar 72.4%, yang menunjukkan perlunya pendalaman lebih lanjut dalam penggunaan sistem pencatatan keuangan berbasis digital.

Evaluasi per aspek menunjukkan bahwa pemahaman peserta terhadap Strategi Memulai Usaha mencapai 77.2%, mengindikasikan kesadaran mereka terhadap pentingnya riset pasar, legalitas usaha, dan strategi permodalan. Mindset Digital dalam Pemasaran mendapatkan skor tertinggi, yaitu 79.2%, mencerminkan pemahaman peserta yang semakin baik mengenai pemasaran digital.

Pemahaman mengenai Personal Branding berada pada angka 78.0%, menunjukkan bahwa peserta memahami pentingnya strategi branding dalam membangun identitas usaha. Strategi Digital Marketing memperoleh skor 76.0%, yang menunjukkan bahwa peserta cukup memahami konsep SEO dan iklan digital.

Pencatatan Keuangan Digital menjadi aspek dengan pemahaman terendah di angka 72.4%, menandakan bahwa penggunaan sistem pencatatan digital masih perlu dikenalkan lebih lanjut.

Sementara itu, Pemanfaatan E-Commerce mendapatkan skor 78.5%, menunjukkan bahwa peserta memahami manfaat penggunaan platform seperti Shopee dalam meningkatkan penjualan produk UMKM.

Penutupan Acara

Seminar ditutup dengan ucapan terima kasih dari panitia kepada peserta dan narasumber. Beberapa peserta menyampaikan harapan agar seminar serupa dapat terus diadakan, terutama dengan pendampingan lebih lanjut bagi UMKM yang baru merintis usaha.



Gambar 6: Pemberian Sertifikat Kepada Narasumber

Dengan berakhirnya seminar ini, diharapkan pelaku UMKM di Desa Kertarahayu semakin memahami langkah-langkah strategis dalam membangun usaha yang berkelanjutan dan mampu bersaing di era digital.

SIMPULAN

Seminar “Strategi Memulai dan Mengembangkan UMKM yang Berkelanjutan di Desa Kertarahayu” telah

memberikan wawasan penting bagi pelaku UMKM dalam memulai dan mengembangkan usaha. Peserta memahami langkah awal berwirausaha, riset pasar, perencanaan bisnis, legalitas usaha, serta strategi pemasaran digital.

Hasil kuesioner menunjukkan mayoritas peserta memahami materi dengan baik, terutama dalam pemasaran digital dan e-commerce. Namun, masih diperlukan pendalaman dalam pencatatan keuangan digital dan strategi digital marketing lanjutan. Secara keseluruhan, seminar ini berhasil meningkatkan pemahaman peserta dan menjadi langkah awal menuju UMKM yang lebih berdaya saing.

Agar hasil seminar lebih optimal, diperlukan pendampingan lanjutan dalam pemasaran digital dan pencatatan keuangan. Pemerintah desa juga diharapkan membantu legalitas usaha, seperti pembuatan NIB dan sertifikasi halal. Selain itu, UMKM perlu mengoptimalkan digital marketing, termasuk SEO dan iklan berbayar, serta mendapatkan pelatihan keuangan digital yang berkelanjutan. Kolaborasi antara UMKM, pemerintah, dan swasta juga penting untuk mendukung akses pasar dan permodalan. Rencana tindak lanjut yang tepat, UMKM di Desa Kertarahayu dapat lebih berkembang dan bersaing di era digital. Kolaborasi dengan pemerintah dan swasta perlu ditingkatkan untuk mendukung pengembangan UMKM secara berkelanjutan.

UCAPAN TERIMA KASIH

Penulis mengucapkan terima kasih kepada Universitas Islam 45 Bekasi, Pemerintah Desa Kertarahayu, serta seluruh peserta dan narasumber yang telah mendukung dan berkontribusi dalam kegiatan ini. Semoga

hasilnya bermanfaat bagi perkembangan UMKM yang berkelanjutan di Desa Kertarahayu.

DAFTAR PUSTAKA

- Aini, L. N., Santoso, F., & Khirdany, E. N. (2023). Pengembangan UMKM Kuliner di Era Digital: Peran Inovasi dan Jaringan Bisnis di Kota Sampang. *Currency: Jurnal Ekonomi Dan Perbankan Syariah*, 2(1), 179–189.
- Aisyah, S. (2020). *Dampak pandemi Covid-19 bagi UMKM serta strategi e-marketing UMKM di Indonesia*.
- Alchudhory, F. M., & Lessy, Z. (2024). Peran Pemerintah Yogyakarta dalam Mengembangkan Pelaku UMKM Melalui SiBakul Jogja. *Sosial Simbiosis: Jurnal Integrasi Ilmu Sosial Dan Politik*, 1(4), 238–248.
- Fitri, L. H., Pramudya, N. H., Fatimah, N., Pramudita, D. A., Izzulhaq, M., Putri, F., & Priyanto, M. W. (2024). Sosialisasi dan Pendampingan UMKM melalui Pembukuan Keuangan secara Digital menggunakan Aplikasi Teman Bisnis. *AJAD: Jurnal Pengabdian Kepada Masyarakat*, 4(1), 200–209.
- Friyanto, F. (2022). Pemilihan Standar Akuntansi Keuangan Yang Sesuai Dengan Industri UMKM di Kota Malang. *Seminar Nasional Riset Ekonomi Dan Bisnis*, 1(1).
- Irawati, R., & Prasetyo, I. B. (2021). Pemanfaatan platform e-commerce melalui marketplace sebagai upaya peningkatan penjualan dan mempertahankan bisnis di masa pandemi (Studi pada UMKM makanan dan minuman di Malang). *Jurnal Penelitian Manajemen Terapan (PENATARAN)*, 6(2), 114–133.
- Janah, U. R. N., & Tampubolon, F. R. S. (2024). Peran usaha mikro, kecil, dan menengah dalam pertumbuhan ekonomi: Analisis kontribusi sektor umkm terhadap pendapatan nasional

- di indonesia. *PENG: Jurnal Ekonomi Dan Manajemen*, 1(2), 739–746.
- Kurniawati, M., Riwu, Y. F., Amtiran, P. Y., & Faah, Y. S. (2023). Pelatihan Personal Branding Dan Digital Literacy Bagi Pelaku Umkm Di Kota Kupang. *SELAPARANG: Jurnal Pengabdian Masyarakat Berkemajuan*, 7(2), 1399–1406.
- Lia, S. N., Navijanto, R. A. P., & Pertiwi, V. I. (2023). Penguatan Usaha Melalui Pendampingan Pembuatan Nomor Induk Berusaha (NIB) Kepada Pelaku UMKM di Gebang Putih. *GERVASI: Jurnal Pengabdian Kepada Masyarakat*, 7(3), 1120–1133.
- Lubis, P. S. I., & Salsabila, R. (2024). Peran UMKM (Usaha Mikro, Kecil, Dan Menengah) Dalam Meningkatkan Pembangunan Ekonomi Di Indonesia. *MUQADDIMAH: Jurnal Ekonomi, Manajemen, Akuntansi Dan Bisnis*, 2(2), 91–110.
- Riofita, H. (2024). Optimalisasi Platform Digital Sebagai Strategi Pemasaran Dalam Meningkatkan Penjualan UMKM. *Inovasi Makro Ekonomi (IME)*, 6(3).
- Rofiq, A., Suryadi, N., Anggraeni, R., Makhmut, K. D. I., & Aryati, A. S. (2023). *Meningkatkan daya saing UKM: Perspektif strategis*. Universitas Brawijaya Press.
- Sasikirana, I. D. V., Dewi, A. S., Khayzuran, Q. A., Firdausy, S. P., & Radianto, D. O. (2024). Strategi Pemasaran Digital Yang Efektif Untuk Meningkatkan Daya Saing Perusahaan di Era Digital. *Profit: Jurnal Manajemen, Bisnis Dan Akuntansi*, 3(2), 166–177.
- Setyawati, I. (2018). *Peran usaha mikro kecil menengah (UMKM) dalam perekonomian nasional*.
- Singgih, M. N. (2007). Strategi penguatan usaha mikro kecil menengah (UMKM) sebagai refleksi pembelajaran krisis ekonomi Indonesia. *Jurnal Ekonomi Modernisasi*, 3(3), 218–227.
- Wardhana, A. (2015). Strategi digital marketing dan Implikasinya pada Keunggulan Bersaing UKM di Indonesia. *Seminar Nasional Keuangan Dan Bisnis IV*, 4.
- Wijaya, A. S. G. (2023). Meningkatkan Kinerja UMKM Melalui Pendampingan Manajerial. *Jurnal Peradaban Masyarakat*, 3(3), 133–144.

Strategi memulai dan mengembangkan UMKM yang berkelanjutan di desa Kertarahayu.pdf

GRADEMARK REPORT

FINAL GRADE

GENERAL COMMENTS

/100

PAGE 1

PAGE 2

PAGE 3

PAGE 4

PAGE 5

PAGE 6

PAGE 7

PAGE 8

PAGE 9

PAGE 10

PAGE 11

PAGE 12

FOCUS

State a clear claim/topic sentence and stay focused on supporting it.

MEETS EXPECTATIONSA precise claim/topic sentence based on the historical topic and/or source(s) is present. The response maintains a strong focus on developing the claim/topic sentence, thoroughly addressing the demands of the task.

APPROACHES EXPECTATIONSA claim/topic sentence based on the historical topic and/or source(s) is present, but it may not completely address the demands of the task, or the response does not maintain focus on developing it.

DOESN'T MEET EXPECTATIONSThe claim/topic sentence is vague, unclear, or missing, and the response does not address the demands of the task.

EVIDENCE

Represent relevant historical information accurately.

MEETS EXPECTATIONThe most appropriate evidence is presented to support the topic sentence, and all information is historically accurate.

APPROACHES EXPECTATIONSAppropriate evidence may be presented to support the topic sentence, but it may be inadequate or contain some historical inaccuracies.

DOESN'T MEET EXPECTATIONSEvidence is general, inappropriate, or inadequate in support of the topic sentence, or is largely inaccurate.

DEVELOPMENT

Explain how evidence supports the topic sentence.

MEETS EXPECTATIONThe response demonstrates reasoning and understanding of the historical topic and/or source(s), and sufficiently explains the relationship between claims and support.

APPROACHES EXPECTATIONSSome reasoning and understanding of the historical topic and/or source(s) are demonstrated. The response attempts to explain the relationship between claims and support.

DOESN'T MEET EXPECTATIONSThe response does not demonstrate reasoning and understanding of the historical topic and/or source(s), and explanation of the relationship between claims and support is minimal.

ORGANIZATION

Present ideas in a logical structure that shows the relationships between ideas.

MEETS EXPECTATIONSAn effective organizational structure enhances the reader's understanding of the information. The relationships between ideas are made clear with effective transitional phrases.

APPROACHES EXPECTATIONS	An organizational structure is evident, but may not be fully developed or appropriate. Transitional phrases may be used but the relationships between ideas are somewhat unclear.
DOESN'T MEET EXPECTATIONS	An organizational structure is largely absent and the relationships between ideas are unclear.

LANGUAGE

Communicate ideas clearly using vocabulary specific to the historical topic.

MEETS EXPECTATIONS	Ideas are presented clearly, using vocabulary specific to the historical topic. If errors in conventions are present, they do not interfere with meaning.
APPROACHES EXPECTATIONS	Ideas are mostly clear, using some vocabulary specific to the historical topic. Some errors in conventions are present that may interfere with meaning.
DOESN'T MEET EXPECTATIONS	Ideas are not clear, using little to no vocabulary specific to the historical topic. Several errors in conventions interfere with meaning.