

Optimalisasi Pengelolaan Usaha melalui Pendampingan Berbasis Praktik pada “Seafood Gemgal”

Optimization of Business Management through Practice-Based Mentoring: A Case Study at Seafood “Gemgal”

Ririn Uke Saraswati^{1*}, Sri Winda Hardiyanti Damanik², Soedjatmoko³, Ranuyoga Arsyiandi⁴, Sarmin⁵, Oggie Recksadithia⁶, Dany Prio Hutomo⁷, Suripto Moh. Zulkifli⁸, Hanna Hanifah⁹

¹⁻⁵Manajemen, Sekolah Tinggi Ilmu Ekonomi Ekadharma Indonesia, Indonesia

⁶⁻⁹Akuntansi, Sekolah Tinggi Ilmu Ekonomi Ekadharma Indonesia, Indonesia

*Penulis Korespondensi: ririnukesaras@gmail.com

Riwayat Artikel:

Naskah Masuk: 28 Februari 2026;

Revisi: 20 Maret 2026;

Diterima: 27 April 2026;

Terbit: 30 April 2026

Keywords: Business Management; Entrepreneurship Development; Market Research; MSME Mentoring; SWOT Analysis.

Abstract: Micro, Small, and Medium Enterprises (MSMEs) in coastal areas have significant potential to contribute to local economic growth; however, they often face limitations in business management practices. This community service activity aims to optimize business management through practice-based mentoring at Seafood “Gemgal” located in Muara Gembong. The main problems identified include the absence of systematic financial recording, conventional promotional strategies, unattractive business banner design, and the lack of written Standard Operating Procedures (SOPs) for service delivery. The implementation method consisted of initial observation, SWOT analysis, strategy formulation, mentoring implementation, and evaluation of pre- and post-activity achievements. The results demonstrate significant improvements in managerial capacity, evidenced by the implementation of daily financial bookkeeping, redesign of a more professional and visually appealing business banner, utilization of social media for marketing purposes, and the development of simple service SOPs. Practice-based mentoring proved effective as it enabled direct application of structured business management principles. This mentoring model can be replicated among other coastal MSMEs to enhance competitiveness and long-term business sustainability.

Abstrak

Usaha mikro, kecil, dan menengah (UMKM) di wilayah pesisir memiliki potensi besar dalam mendukung pertumbuhan ekonomi lokal, namun masih menghadapi berbagai keterbatasan dalam pengelolaan usaha. Kegiatan pengabdian kepada masyarakat ini bertujuan untuk mengoptimalkan pengelolaan usaha melalui pendampingan berbasis praktik pada Seafood “Gemgal” di Muara Gembong. Permasalahan utama mitra meliputi belum adanya pencatatan keuangan yang sistematis, strategi promosi yang masih konvensional, desain banner yang kurang menarik, serta belum tersusunnya standar operasional prosedur (SOP) pelayanan. Metode pelaksanaan meliputi observasi awal, analisis SWOT, penyusunan strategi pengembangan, implementasi pendampingan, serta evaluasi capaian sebelum dan sesudah kegiatan. Hasil kegiatan menunjukkan adanya peningkatan signifikan dalam kapasitas manajerial mitra, ditandai dengan penerapan pencatatan keuangan harian, desain ulang banner usaha yang lebih profesional dan komunikatif, pemanfaatan media sosial sebagai sarana promosi, serta penyusunan SOP pelayanan sederhana. Pendampingan berbasis praktik terbukti efektif karena memberikan pengalaman langsung kepada mitra dalam menerapkan manajemen usaha secara terstruktur. Model pendampingan ini dapat direplikasi pada UMKM pesisir lainnya guna meningkatkan daya saing dan keberlanjutan usaha secara berkelanjutan.

Kata Kunci: Analisis SWOT; Pengembangan Kewirausahaan; Pengelolaan Bisnis; Pendampingan UMKM; Riset Pasar.

1. PENDAHULUAN

Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah (UMKM) memiliki peran strategis dalam perekonomian nasional karena berkontribusi terhadap penyerapan tenaga kerja, pemerataan pendapatan, serta penguatan ekonomi local (Sudrartono et al., 2022) . Di Indonesia, UMKM terbukti mampu bertahan dalam berbagai kondisi krisis ekonomi dan menjadi tulang punggung perekonomian masyarakat. Pada wilayah pesisir, UMKM berbasis hasil laut dan kuliner memiliki potensi yang besar karena didukung oleh ketersediaan sumber daya alam serta daya tarik wisata lokal (Cadoret et al., 2026).

Wilayah Muara Gembong merupakan kawasan pesisir yang memiliki potensi perikanan dan kuliner seafood yang cukup tinggi. Keberadaan usaha kuliner berbasis hasil laut tidak hanya memenuhi kebutuhan konsumsi masyarakat setempat, tetapi juga berpotensi menjadi daya tarik ekonomi berbasis wisata (Kusyanda & Masdiantini, 2022). Namun demikian, potensi tersebut belum sepenuhnya dioptimalkan karena masih terdapat keterbatasan dalam pengelolaan usaha, khususnya pada aspek manajemen keuangan, pemasaran, dan standarisasi pelayanan.

Seafood “Gemgal” merupakan salah satu usaha kuliner lokal yang memiliki peluang berkembang karena lokasi usaha yang strategis serta ketersediaan bahan baku segar. Berdasarkan hasil observasi awal dan wawancara dengan pemilik usaha, ditemukan beberapa permasalahan utama, antara lain belum adanya pencatatan keuangan yang sistematis, strategi promosi yang masih bersifat konvensional, desain banner yang kurang menarik dan belum mencerminkan identitas usaha secara profesional, serta belum tersusunnya standar operasional prosedur (SOP) pelayanan. Kondisi tersebut berpotensi menghambat pengambilan keputusan usaha, mempersempit jangkauan pasar, serta menurunkan daya saing di tengah persaingan usaha kuliner yang semakin kompetitif.

Secara teoritis, pengelolaan usaha yang efektif menuntut adanya fungsi manajemen yang berjalan secara terstruktur, mulai dari perencanaan, pengorganisasian, pelaksanaan, hingga pengendalian (Bidin et al., 2024). Tanpa pencatatan keuangan yang memadai, pelaku usaha akan kesulitan mengetahui kondisi laba-rugi secara akurat (Amanda Framudita et al., 2024) . Demikian pula, tanpa strategi promosi yang adaptif terhadap perkembangan digital, usaha berisiko kehilangan peluang pasar yang lebih luas (Kristanto et al., 2024). Branding visual, termasuk desain banner, juga berperan penting dalam membangun persepsi konsumen dan meningkatkan daya tarik usaha (Sarmin et al., 2024).

Pendekatan pendampingan berbasis praktik dipilih dalam kegiatan ini karena menekankan pada implementasi langsung dan pembelajaran aplikatif. Berbeda dengan pendekatan penyuluhan yang bersifat teoritis, pendampingan berbasis praktik memungkinkan mitra usaha untuk secara langsung menerapkan sistem pencatatan keuangan sederhana, melakukan perbaikan desain media promosi, serta menyusun SOP pelayanan yang sesuai dengan karakteristik usaha. Pendekatan ini sejalan dengan prinsip pemberdayaan masyarakat yang menekankan pada peningkatan kapasitas (*capacity building*) dan kemandirian usaha.

Sebagai dasar perumusan strategi pengembangan, kegiatan ini menggunakan analisis SWOT untuk mengidentifikasi kekuatan, kelemahan, peluang, dan ancaman usaha. Analisis tersebut menjadi landasan dalam merancang solusi yang kontekstual dan realistis sesuai dengan kondisi mitra. Dengan demikian, kegiatan pengabdian ini tidak hanya berorientasi pada penyelesaian masalah jangka pendek, tetapi juga pada penguatan sistem manajerial yang berkelanjutan.

Berdasarkan latar belakang tersebut, kegiatan ini bertujuan untuk mengoptimalkan pengelolaan usaha melalui pendampingan berbasis praktik pada Seafood “Gemgal” di Muara Gembong. Diharapkan, model pendampingan ini dapat menjadi contoh praktik baik (*best practice*) dalam pemberdayaan UMKM pesisir dan dapat direplikasi pada usaha sejenis guna meningkatkan daya saing dan keberlanjutan usaha secara berkelanjutan.

2. METODE

Kegiatan pengabdian kepada masyarakat ini menggunakan pendekatan pendampingan berbasis praktik (*practice-based mentoring*) dengan metode partisipatif. Pendekatan ini dipilih karena karakteristik UMKM yang umumnya dikelola secara informal membutuhkan metode yang aplikatif, sederhana, dan mudah dipahami oleh mitra. Kegiatan dilaksanakan pada usaha Seafood “Gemgal” yang berlokasi di Muara Gembong. Pendampingan dirancang secara sistematis melalui tahapan observasi, analisis strategis, implementasi praktik, serta evaluasi.

Tahap pertama adalah observasi dan identifikasi masalah. Pada tahap ini dilakukan observasi partisipatif terhadap aktivitas produksi dan pelayanan untuk memperoleh gambaran kondisi riil pengelolaan usaha. Selain itu, dilakukan wawancara semi-terstruktur dengan pemilik usaha guna menggali informasi terkait sistem operasional, pengelolaan keuangan, serta strategi pemasaran yang diterapkan. Dokumentasi terhadap kondisi branding, pencatatan transaksi, dan tata letak usaha juga dilakukan sebagai data pendukung. Hasil tahap ini menunjukkan bahwa usaha belum memiliki standar operasional prosedur (SOP) tertulis, belum melakukan pencatatan keuangan secara sistematis, serta strategi promosi masih bersifat

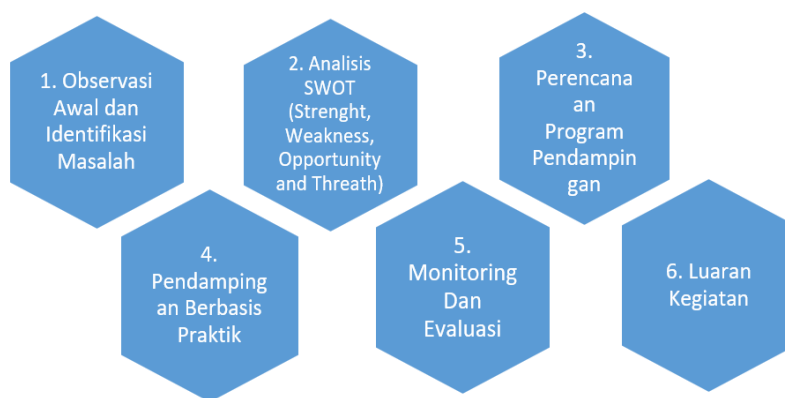
seederhana.

Tahap kedua adalah analisis SWOT yang bertujuan memetakan kondisi internal dan eksternal usaha secara komprehensif. Analisis dilakukan secara partisipatif melalui diskusi bersama mitra. Dari aspek kekuatan (strengths), usaha memiliki kualitas rasa yang baik, lokasi strategis, dan bahan baku yang segar. Dari sisi kelemahan (weaknesses), ditemukan belum adanya SOP dan sistem pencatatan keuangan yang terstruktur. Sementara itu, peluang (opportunities) yang dimiliki meliputi potensi wisata pesisir dan tingginya permintaan seafood, sedangkan ancaman (threats) berupa persaingan usaha sejenis serta fluktuasi harga bahan baku. Hasil analisis SWOT ini menjadi dasar dalam penyusunan rencana aksi pendampingan.

Tahap ketiga adalah pendampingan berbasis praktik. Pada tahap ini dilakukan penyusunan contoh SOP pelayanan dan operasional sederhana, pelatihan pencatatan keuangan melalui buku kas dan laporan laba rugi sederhana, serta perbaikan desain banner sebagai bagian dari penguatan branding usaha. Metode yang digunakan meliputi demonstrasi langsung, diskusi interaktif, serta simulasi praktik agar mitra dapat memahami dan menerapkan sistem manajerial secara mandiri. Pendekatan praktik ini diharapkan mampu meningkatkan kapasitas manajerial secara bertahap.

Tahap keempat adalah evaluasi dan monitoring. Evaluasi dilakukan dengan membandingkan kondisi sebelum dan sesudah pendampingan, mengukur perubahan pemahaman mitra, serta mengamati perubahan pada aspek visual usaha dan sistem pencatatan keuangan. Indikator keberhasilan kegiatan meliputi meningkatnya pemahaman mitra terhadap pentingnya pencatatan keuangan, mulai diterapkannya pencatatan sederhana, perbaikan banner usaha menjadi lebih informatif dan menarik, serta tumbuhnya kesadaran untuk menyusun SOP sebagai standar pelayanan.

Secara keseluruhan, alur kegiatan dimulai dari observasi awal dan identifikasi permasalahan, dilanjutkan dengan analisis SWOT untuk memetakan posisi strategis usaha, kemudian penyusunan rencana pendampingan yang diimplementasikan melalui praktik langsung. Tahap akhir berupa monitoring dan evaluasi dilakukan untuk memastikan adanya perubahan serta keberlanjutan implementasi. Data yang diperoleh dianalisis secara deskriptif kualitatif melalui perbandingan kondisi sebelum dan sesudah pendampingan, kemudian disajikan dalam bentuk narasi dan tabel indikator perubahan. Luaran kegiatan meliputi dokumen SOP sederhana, format laporan keuangan sederhana, desain banner yang lebih profesional, serta peningkatan kesadaran manajerial mitra.

**Gambar 1.** Alur Kegiatan.

3. HASIL

Pelaksanaan pendampingan berbasis praktik pada usaha Seafood “Gemgal” di Muara Gembong menunjukkan adanya transformasi pada aspek manajerial, administratif, dan visual usaha. Perubahan dianalisis melalui pemetaan SWOT sebelum dan sesudah pendampingan guna mengidentifikasi pergeseran posisi strategis usaha.

Analisis SWOT Sebelum Pendampingan

Tabel 1. Matriks SWOT Sebelum Pendampingan.

Faktor Internal	Uraian
Strengths (Kekuatan)	1. Kualitas rasa seafood baik dan segar 2. Lokasi usaha strategis di wilayah pesisir 3. Memiliki pelanggan tetap 4. Harga relatif terjangkau
Weaknesses (Kelemahan)	1. Tidak memiliki SOP tertulis 2. Tidak ada pencatatan keuangan sistematis 3. Branding dan banner kurang menarik 4. Manajemen masih berbasis pengalaman
Faktor Eksternal	Uraian
Opportunities (Peluang)	1. Potensi wisata pesisir berkembang 2. Permintaan seafood relatif tinggi 3. Tren konsumsi kuliner lokal meningkat 4. Potensi promosi melalui media sosial
Threats (Ancaman)	1. Persaingan usaha seafood sejenis 2. Fluktuasi harga bahan baku 3. Perubahan daya beli konsumen

Berdasar tabel 1 Matriks SWOT sebelum pendampingan, usaha memiliki kekuatan pada aspek produk dan lokasi, namun kelemahan dominan pada sistem manajerial. Kondisi ini menunjukkan ketidakseimbangan antara potensi pasar dan kesiapan internal. Dalam perspektif strategi, usaha berada pada posisi yang membutuhkan perbaikan internal (strategi *turnaround*)

agar mampu memanfaatkan peluang eksternal secara optimal. Ketiadaan SOP dan pencatatan keuangan menyebabkan usaha rentan terhadap ketidakkonsistenan layanan dan kesalahan pengambilan keputusan. Dengan demikian, intervensi difokuskan pada penguatan faktor internal sebagai fondasi keberlanjutan usaha.

Analisis SWOT Setelah Pendampingan

Tabel 2. Matriks SWOT Setelah Pendampingan.

Faktor Internal	Uraian
<i>Strengths (Kekuatan)</i>	1. Kualitas produk tetap terjaga 2. Tersusun SOP sederhana 3. Tersedia format pencatatan keuangan 4. Banner lebih informatif dan profesional
<i>Weaknesses (Kelemahan)</i>	1. Implementasi SOP belum sepenuhnya konsisten 2. Pencatatan keuangan masih tahap awal 3. Digital marketing belum optimal
Faktor Eksternal	Uraian
<i>Opportunities (Peluang)</i>	1. Peningkatan citra usaha melalui branding baru 2. Potensi ekspansi promosi digital 3. Peluang peningkatan volume penjualan
<i>Threats (Ancaman)</i>	1. Persaingan tetap tinggi 2. Harga bahan baku fluktuatif

Setelah pendampingan sebagaimana ditampilkan pada tabel 2 matriks SWOT, terjadi penguatan signifikan pada faktor internal. Penyusunan SOP dan pencatatan keuangan menjadi indikator adanya sistem pengelolaan yang lebih terstruktur. Meskipun implementasi belum sepenuhnya konsisten, kelemahan utama yang sebelumnya dominan mulai tereduksi. Posisi strategis usaha bergeser menuju strategi pertumbuhan bertahap (*growth-oriented strategy*), di mana kekuatan internal mulai dimanfaatkan untuk menangkap peluang eksternal, khususnya dalam peningkatan citra usaha dan potensi promosi digital.

Perbandingan Perubahan Internal**Tabel 3.** Perubahan Sebelum dan Sesudah Pendampingan.

No	Aspek Pengelolaan	Kondisi Sebelum Pendampingan	Kondisi Sesudah Pendampingan
1	Pencatatan Keuangan	Mitra belum melakukan pencatatan pemasukan dan pengeluaran secara rutin. Transaksi usaha masih bercampur dengan keuangan pribadi sehingga laba usaha tidak dapat dihitung secara pasti.	Mitra telah melakukan pencatatan pemasukan dan pengeluaran harian secara sederhana dalam buku kas. Keuangan usaha mulai dipisahkan dari keuangan pribadi sehingga arus kas dapat dipantau dan laba usaha dapat diidentifikasi.
2	Strategi Promosi	Promosi hanya mengandalkan metode dari mulut ke mulut dan pelanggan tetap. Belum memanfaatkan media digital sebagai sarana pemasaran.	Mitra telah memiliki dan mengelola akun media sosial usaha sebagai sarana promosi. Konten produk mulai diunggah secara berkala untuk memperluas jangkauan pasar.
3	Standar Operasional Prosedur (SOP) Pelayanan	Tidak terdapat standar pelayanan tertulis. Pelayanan dilakukan berdasarkan kebiasaan tanpa panduan yang terdokumentasi.	Telah disusun SOP pelayanan sederhana yang mencakup standar penyambutan pelanggan, proses pemesanan, dan penyajian produk guna meningkatkan konsistensi kualitas layanan.
4	Perencanaan Usaha	Tidak memiliki target penjualan atau rencana pengembangan usaha secara tertulis. Pengelolaan usaha bersifat berjalan apa adanya.	Mitra telah menyusun rencana pengembangan usaha jangka pendek (6 bulan) yang mencakup target penjualan, strategi promosi, dan rencana inovasi menu.

Berdasarkan tabel 3 perubahan sebelum dan sesudah kegiatan pendampingan menunjukkan bahwa perubahan yang terjadi tidak hanya bersifat administratif, tetapi juga mencerminkan transformasi struktural dan kognitif. Penyusunan SOP mengurangi ketergantungan pada pengalaman personal, sedangkan pencatatan keuangan meningkatkan transparansi dan kontrol usaha. Peningkatan kesadaran manajerial menunjukkan bahwa intervensi berhasil memengaruhi pola pikir mitra terhadap pentingnya sistem dalam pengelolaan usaha.

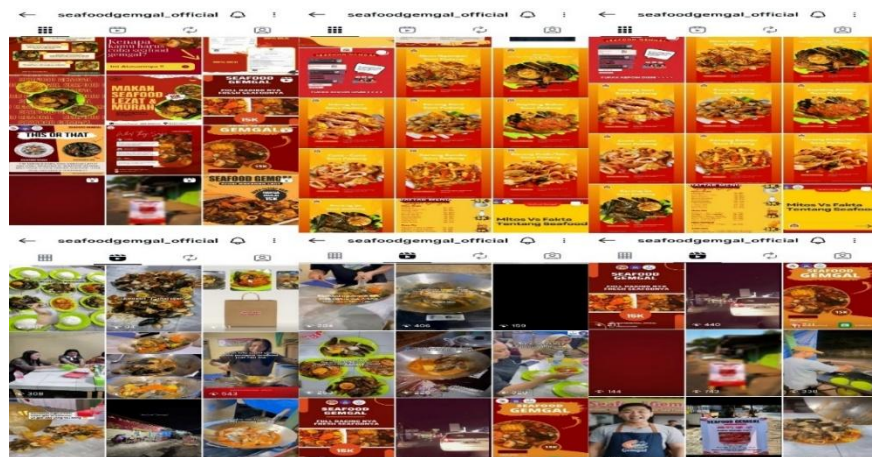


Tampilan Banner sebelum pendampingan

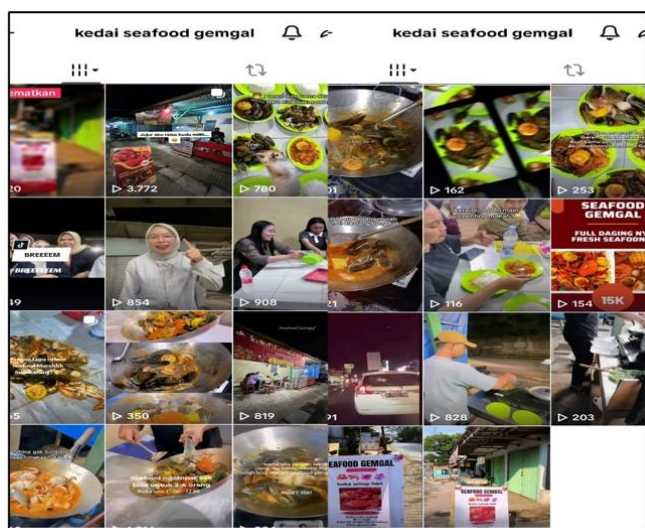
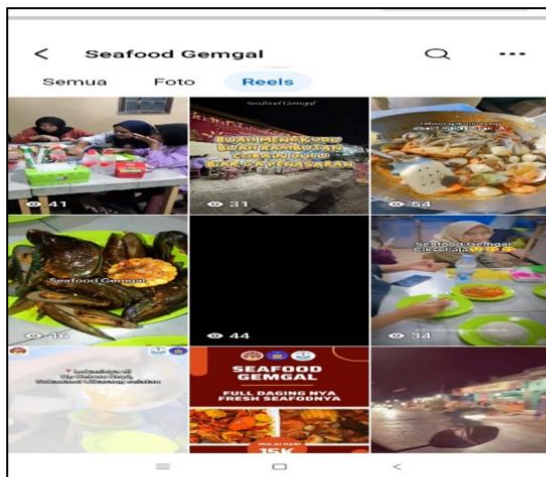


Tampilan Banner setelah pendampingan

Gambar 2. Tampilan Banner sebelum dan sesudah pendampingan.



Gambar 3. Konten Promosi Platform Instagram.



Gambar 4. Konten Promosi Platform Facebook dan Tiktok.



Capacity building merupakan suatu proses pengembangan kapasitas sumber daya manusia yang mencakup peningkatan pengetahuan (*knowledge*), keterampilan (*skills*), sikap (*attitude*), dan perilaku (*behaviour*) (Setyorini, 2022). Konsep ini menekankan pentingnya penguatan kompetensi individu agar mampu menjalankan tugas dan tanggung jawab secara lebih optimal. Pendampingan berbasis praktik terbukti efektif dalam meningkatkan kapasitas internal usaha (Bidin et al., 2024). Standarisasi operasional melalui SOP sejalan dengan teori manajemen operasional yang menekankan pentingnya konsistensi proses untuk menjaga kualitas layanan (Sari et al., 2025). Sementara itu, pencatatan keuangan sederhana merupakan fondasi sistem pengendalian internal yang mendukung pengambilan keputusan berbasis data (Winda et al., 2024). Dalam UMKM, *capacity building* tidak hanya berkaitan dengan peningkatan keterampilan teknis, tetapi juga peningkatan kesadaran strategis. Perubahan ini menjadi modal penting dalam menghadapi dinamika persaingan.

Integrasi SWOT dalam Perencanaan Strategis

Analisis SWOT memberikan gambaran komprehensif mengenai posisi usaha sebelum dan sesudah intervensi. SWOT merupakan suatu metode analisis strategis yang digunakan untuk mengidentifikasi dan mengevaluasi faktor internal maupun eksternal yang memengaruhi suatu organisasi atau usaha (Irawan et al., 2024). SWOT merupakan akronim dari *Strengths* (kekuatan), *Weaknesses* (kelemahan), *Opportunities* (peluang), dan *Threats* (ancaman). Faktor *strengths* dan *weaknesses* berasal dari kondisi internal organisasi, sedangkan *opportunities* dan *threats* berasal dari lingkungan eksternal (Sumitra et al., 2024). Sebelum pendampingan, kelemahan internal menjadi hambatan utama. Setelah pendampingan, penguatan internal memungkinkan usaha lebih siap memanfaatkan peluang eksternal. Penggunaan SWOT secara

partisipatif mendorong refleksi bersama dan meningkatkan pemahaman mitra terhadap kondisi usahanya.

Transformasi Mindset Manajerial

Perubahan mindset menjadi temuan penting dalam kegiatan ini. Awalnya, usaha dikelola secara tradisional dan reaktif. Setelah pendampingan, mitra mulai memahami pentingnya perencanaan, pencatatan, dan standarisasi. Transformasi ini menunjukkan bahwa intervensi tidak hanya bersifat teknis, tetapi juga edukatif dan reflektif.

Dampak Branding terhadap Persepsi dan Daya Saing

Branding merupakan proses strategis dalam membangun identitas, citra, dan persepsi suatu produk, jasa, atau usaha di benak konsumen. Branding tidak hanya berkaitan dengan pemberian nama atau logo, tetapi mencakup keseluruhan elemen yang membentuk karakter dan keunikan suatu usaha, seperti desain visual, kualitas pelayanan, nilai yang ditawarkan, serta pengalaman konsumen (Sarmin et al., 2024). Perbaikan banner meningkatkan identitas visual usaha dan memperkuat citra profesionalitas. Dalam perspektif pemasaran, persepsi konsumen terhadap kualitas dipengaruhi oleh tampilan visual dan identitas merek. Dengan branding yang lebih baik, usaha memiliki peluang meningkatkan daya saing di tengah persaingan yang semakin ketat (Saraswati et al., 2025).

Implikasi Strategis dan Keberlanjutan

Secara keseluruhan, usaha mengalami pergeseran dari model pengelolaan tradisional menuju model semi-formal. Walaupun implementasi belum sepenuhnya optimal, fondasi manajerial telah terbentuk. Keberlanjutan perubahan sangat bergantung pada konsistensi penerapan SOP dan pencatatan keuangan.

Model integrasi pendampingan praktik dan analisis SWOT ini dapat direplikasi pada UMKM lain dengan karakteristik serupa, khususnya di wilayah pesisir seperti Muara Gembong yang memiliki potensi wisata dan kuliner lokal.

5. KESIMPULAN

Berdasarkan hasil pelaksanaan pendampingan berbasis praktik pada usaha Seafood “Gemgal” di Muara Gembong, dapat disimpulkan bahwa kegiatan ini memberikan dampak positif terhadap penguatan kapasitas manajerial mitra. Sebelum pendampingan, usaha dikelola secara tradisional tanpa standar operasional prosedur (SOP) tertulis, tanpa sistem pencatatan keuangan yang terstruktur, serta dengan branding yang kurang optimal. Kondisi tersebut menunjukkan adanya potensi usaha yang belum didukung oleh sistem pengelolaan yang memadai.

Melalui tahapan observasi, analisis SWOT, pendampingan praktik, serta monitoring dan evaluasi, terjadi perubahan signifikan pada aspek internal usaha. Penyusunan SOP sederhana meningkatkan standarisasi pelayanan, pencatatan keuangan sederhana menjadi dasar pengendalian dan perencanaan usaha, serta perbaikan banner memperkuat identitas visual dan citra profesional usaha. Selain perubahan struktural, kegiatan ini juga mendorong transformasi mindset manajerial mitra dari pola pengelolaan berbasis pengalaman menuju pengelolaan berbasis sistem.

Analisis SWOT sebelum dan sesudah pendampingan menunjukkan pergeseran posisi strategis usaha dari kondisi yang membutuhkan perbaikan internal (turnaround) menuju kesiapan pertumbuhan bertahap (growth-oriented). Dengan demikian, integrasi pendekatan partisipatif dan analisis strategis terbukti efektif sebagai model penguatan UMKM skala mikro, khususnya pada wilayah pesisir dengan potensi wisata kuliner.

Berdasarkan hasil kegiatan dan temuan lapangan, beberapa saran yang dapat diberikan adalah sebagai berikut (1) Konsistensi Implementasi SOP. Mitra perlu menerapkan SOP secara berkelanjutan agar standar pelayanan dan kualitas produk tetap terjaga. Evaluasi internal secara berkala disarankan untuk memastikan prosedur berjalan efektif. (2) Pengembangan Sistem Keuangan yang Lebih Komprehensif. Pencatatan keuangan sederhana perlu ditingkatkan menuju sistem yang lebih lengkap, seperti laporan arus kas, pengelolaan persediaan, serta perencanaan anggaran, guna mendukung pengambilan keputusan berbasis data. (3) Optimalisasi Digital Marketing. Mitra disarankan memanfaatkan media sosial dan platform digital sebagai sarana promosi untuk memperluas pasar, meningkatkan visibilitas usaha, serta membangun loyalitas pelanggan.

DAFTAR REFERENSI

- Amanda Framudita, Ipah Fauziah, Lola Amalina Rodita Wasilani, Agustina, S., Yuliana, N., & Saraswati, R. U. (2024). PELATIHAN PENYUSUNAN LAPORAN KEUANGAN SEDERHANA PADA SISWI SMK TALENTA BANGSA. *Jurnal Media Akademik (JMA)*, 2(1), 1111–1123.
- Bidin, C. R. K., Natsir, S., Adda, H. W., & Rossanty, N. P. E. (2024). Peningkatan Kompetensi Sumber Daya Manusia (SDM) Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah (UMKM) Dalam Pengelolaan Keuangan Dan Pemasaran Berbasis Digital Dipesisir Pantai Desa Masaingi. *Jurnal Pengabdian Dan Pengembangan Masyarakat Indonesia*, 3(2), 207–213. <https://doi.org/10.56303/jppmi.v3i2.298>
- Cadoret, N. L. M., Soukotta, Y., Barada, T. P. A., Wong, S. N., Suryanto, J. A., Dewi, I. C., & Yuwono, V. K. (2026). Analisis Potensi Kuliner Lokal sebagai Daya Tarik Wisata Berbasis Ekowisata Mangrove di Surabaya: Studi Kualitatif Deskriptif. *RIGGS Journal of Artificial Intelligence and Digital Business*, 4(4), 9938–9944.

<https://doi.org/10.31004/riggs.v4i4.4729>

- Irawan, Idayati, F., Praskadinata, H. Y. C., Dina, F., Abdurohim, Tasriastuti, N. A., Triono, F., Irdhayanti, E., Bisri, T. S., Nurdiah, S., Harapan, E., Koesmono, T., Rachmawati, I. A. K., & Saputra, M. A. (2024). Pengembangan Sumber Daya Manusia Yang Berkelanjutan (Strategi Untuk Meningkatkan Keterampilan Dan Kopetensi Organisasi). CV. EUREKA MEDIA AKSARA.
- Kristanto, Y., Saraswati, R. U., & Hamid, S. (2024). Strategi Electronic Word Of Mouth Sebagai. *Jurnal Minfo Polgan*, 13(1), 428–435.
- Kusyanda, M. riki ponga, & Masdiantini, P. R. (2022). Kajian Strategi Pengelolaan Daya Tarik Wisata Kuliner: Tinjauan pada UMKM Berbasis Ekonomi Kreatif Pantai Penimbangan. *Jurnal Manajemen Perhotelan Dan Pariwisata*, 4(2), 90–99. <https://doi.org/10.23887/jmpp.v4i2.43962>
- Saraswati, R. U., Zulkifli, S. M., Arsyandi, R., & Damayanti, S. (2025). Optimalisasi LinkedIn sebagai Media Personal Branding untuk Meningkatkan Kesiapan Kerja Generasi Z. *JURNAL PENGABDIAN MASYARAKAT INDONESIA*, 5(1), 315–328. <https://doi.org/10.55606/jpmi.v5i1.6445>
- Sari, F. N. K., Hotimah, H., & Aminah, S. (2025). Pelatihan Manajemen Administrasi dengan Pengembangan SOP Sistematis dan Terstruktur untuk Meningkatkan Kualitas Layanan di Sekolah Dasar. *Edu Society Jurnal Pendidikan Ilmu Sosial Dan Pengabdian Kepada Masyarakat*, 5(2), 1609–1620. <https://doi.org/10.56832/edu.v5i2.1576>
- Sarmin, S., Zulkifli, S. M., & Saraswati, R. U. (2024). *BRANDING Panduan Praktis Membangun Brand*. Yayasan Drestanta Pelita Indonesia.
- Setyorini, E. (2022). Efektivitas Capacity Building Dalam Meningkatkan Kinerja Pegawai PPPPTK Penjas Dan BK. *TEACHER Jurnal Inovasi Karya Ilmiah Guru*, 2(1), 7–14. <https://doi.org/10.51878/teacher.v2i1.996>
- Sudrartono, T., Nugroho, H., Irwanto, Agustini, I. G. A. A., Yudawisastra, H. G., Maknunah, L. U., & Hanik Amaria. (2022). *Kewirausahaan Umkm Di Era Digital*. Widina Bhakti Persada Bandung.
- Sumitra, A., Syafa, S., Purwaningrum, F. A., Saraswati, R. U., Aryanto, I. Y., Hidayat, A. Y., Baehaki, A., & Fauzi, M. I. (2024). Sinergi Care, Capability, Opportunity Sebagai Kunci Sukses Pengembangan Diri Siswa SMA Mathlaul Anwar. *Jurnal Pengabdian Masyarakat Nusantara JPMN*, 4(2), 213–222.
- Winda, S., Damanik, H., Saraswati, R. U., & Soedjatmoko, S. (2024). Memahami Strategi Financial Management Bagi Siswa SMK Bina Patriot Understabding Financial Management Strategies For Among SMK Bina Patriot Students. 1(2), 43–52.