

Peran Manajemen Organisasi dalam Mengoptimalkan Kinerja UMKM: Studi Kasus pada UMKM Baitul Qurro di Desa Gintung Cilejet, Kabupaten Bogor

Wulandari¹⁾, Aniyatussaidah²⁾, Fahrul Hidayat³⁾, Pahruroji⁴⁾, Iis Mariam⁵⁾

¹³⁴⁵Manajemen Bisnis Syariah, Institut Nida El-Adabi, Bogor, Indonesia

²Pendidikan Agama Islam, Institut Nida El-Adabi, Bogor, Indonesia

Email: dariwulan28102@gmail.com, anis.darmi03@gmail.com, f4hrul.hidayat@yahoo.co.id,
dnea.pahruroji390@gmail.com, adimariam1302@gmail.com

ABSTRAK

UMKM Baitul Qurro adalah usaha lokal yang bergerak dan focus di bidang kerajinan anyaman bambu dan berfungsi sebagai sarana pemberdayaan sosial bagi anak yatim dan dhuafa. Meskipun memiliki misi sosial yang sangat kuat, usaha ini menghadapi berbagai kendala manajerial, seperti pembagian beberapa tugas yang tidak jelas, pencatatan keuangan yang masih kurang terorganisir, promosi digital yang sangat terbatas, dan efisiensi produksi yang masih sangat rendah. Untuk dapat mengatasi permasalahan ini, tim pengabdian masyarakat mencoba untuk melakukan pendampingan selama lima minggu (18 Januari - 15 Februari 2025) menggunakan metode observasi, wawancara, dan keterlibatan langsung dengan pengelola usaha. Data yang terkumpul kemudian dianalisis dengan pendekatan deskriptif kualitatif untuk menggambarkan kondisi yang ada dan menilai efektivitas perbaikan yang dilakukan. Hasil kegiatan pendampingan menunjukkan bahwa pembentukan struktur organisasi yang lebih jelas, penerapan aplikasi digital untuk pencatatan keuangan, serta pemanfaatan media sosial untuk promosi telah berhasil meningkatkan efisiensi operasional dan daya saing usaha. Selain itu, langkah-langkah ini juga membantu memperbaiki koordinasi antar anggota tim dan memperluas jangkauan pasar. Temuan ini menegaskan pentingnya manajemen organisasi yang baik dalam mendukung keberlanjutan UMKM, terutama dalam menghadapi tantangan digitalisasi dan persaingan pasar. Sebagai tindak lanjut, tim pengabdian masyarakat menyusun model manajerial sederhana yang dapat diterapkan pada UMKM sejenis, guna meningkatkan efektivitas dan kinerja usaha secara berkelanjutan.

Kata Kunci: Zero Waste, Rumah Sampah, Nilai Ekonomi, Masyarakat, Potorono

The Role of Organizational Management in Optimizing MSME Performance: A Case Study of Baitul Qurro UMKM in Gintung Cilejet Village, Bogor Regency

ABSTRACT

Baitul Qurro MSME is a local enterprise engaged in bamboo weaving crafts while also serving as a means of social empowerment for orphans and underprivileged children. In its management, the enterprise faces several challenges, particularly in task allocation, financial record-keeping, digital promotion, and production efficiency. Through a community service program, the team aimed to identify these issues and develop solutions based on organizational management principles. The mentoring process was conducted over five weeks (January 18 – February 15, 2025) using observation, in-depth interviews, and direct involvement in daily operations. The collected data were analyzed using a qualitative descriptive approach to capture real conditions and evaluate the effectiveness of the implemented strategies. The findings indicate that establishing a clear organizational structure, utilizing digital applications for financial and inventory management, and optimizing social media for promotion significantly improved operational efficiency and competitiveness. These results underscore the critical role of organizational management in ensuring the sustainability of micro, small, and medium enterprises (MSMEs). By implementing structured managerial strategies, Baitul Qurro MSME was able to address operational challenges while enhancing production capacity and promotional quality. As a follow-up, a simple managerial model was developed that can be adopted by similar enterprises, providing practical guidance for more effective and sustainable management. This model is expected not only to strengthen enterprise performance but also to ensure the continuity of social empowerment programs for orphans and underprivileged children.

Keywords: Organizational Management, MSMEs, Operational Efficiency, Community Engagement, MSME Digitalization.

PENDAHULUAN

Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah (UMKM) merupakan tulang punggung perekonomian Indonesia. Menurut data Kementerian Koperasi dan UKM, UMKM berkontribusi lebih dari 60% terhadap Produk Domestik Bruto (PDB) dan menyerap sekitar 97% tenaga kerja nasional. Peran ini menjadikan UMKM sebagai pilar penting dalam menekan angka pengangguran, memperkuat daya beli masyarakat, serta menjaga stabilitas ekonomi pada skala lokal hingga nasional (Adnan et al., 2023).

Diantara berbagai sektor UMKM, kerajinan tangan menempati posisi strategis karena tidak hanya memanfaatkan potensi lokal, tetapi juga memberikan kontribusi signifikan terhadap perekonomian nasional. Data BPS (2022) menunjukkan bahwa subsektor kerajinan menyumbang lebih dari 14% nilai ekspor produk kreatif Indonesia, dengan tren pertumbuhan positif dari tahun ke tahun. Selain itu, berkembang pula UMKM berbasis sosial yang memadukan orientasi ekonomi dengan misi pemberdayaan masyarakat. Model usaha seperti ini tidak hanya menghasilkan keuntungan finansial, tetapi juga menghadirkan dampak sosial melalui penciptaan lapangan kerja inklusif dan peningkatan kesejahteraan komunitas (Nasution & Haryanto, 2021).

Namun, kondisi ideal tersebut masih jauh dari kenyataan. Banyak UMKM, khususnya di sektor kerajinan dan sosial, masih menghadapi kendala serius dalam pengelolaan. Struktur organisasi yang belum jelas, pencatatan keuangan yang tidak sistematis, serta promosi digital yang belum optimal menjadi faktor penghambat daya saing (Firdaus, Rahayu & Nugroho, 2020). Akibatnya, potensi besar yang

seharusnya bisa dimaksimalkan sering kali tidak berkembang optimal karena keterbatasan kapasitas manajerial.

UMKM Baitul Qurro di Desa Gintung Cilejet, Parung Panjang, Bogor, merupakan contoh nyata kesenjangan tersebut. Usaha ini didirikan oleh pasangan suami istri, Bapak Yayat dan Ibu Susi Damayanti, yang berkolaborasi dengan masyarakat sekitar, dengan fokus pada produksi kerajinan bambu sekaligus mengemban misi sosial melalui pemberdayaan anak yatim dan dhuafa. Meskipun potensinya besar, pengelolaan UMKM ini masih terpusat pada satu orang, pencatatan keuangan dan stok dilakukan secara manual, strategi promosi digital belum optimal, dan struktur organisasi belum tertata. Kondisi ini menunjukkan adanya jarak antara harapan ideal UMKM berbasis sosial yang mandiri dan berdaya saing dengan kenyataan di lapangan yang masih menghadapi kendala manajerial.

Kesenjangan tersebut berdampak pada rendahnya efisiensi operasional, terbatasnya akses pasar, serta belum optimalnya peran sosial UMKM dalam meningkatkan kesejahteraan komunitas. Oleh karena itu, diperlukan intervensi yang praktis dan berkelanjutan. Melalui kegiatan pengabdian masyarakat, dilakukan pendampingan langsung yang difokuskan pada penyusunan struktur organisasi sederhana, pelatihan pencatatan keuangan berbasis aplikasi, serta optimalisasi promosi digital melalui media sosial yang mudah dijangkau. Upaya ini diharapkan mampu menutup kesenjangan antara potensi dan realitas, sekaligus menjadi model intervensi sederhana namun berdampak yang dapat direplikasi oleh UMKM lain dengan tantangan serupa.

METODE PENELITIAN

Penelitian dan Pengabdian masyarakat ini dilakukan dengan menggunakan pendekatan partisipatif-kolaboratif, yang menempatkan mitra UMKM bukan hanya sebagai objek, tetapi juga sebagai subjek yang aktif dalam proses perbaikan internal organisasi. Pendekatan ini menekankan pentingnya keterlibatan langsung dan dialog dua arah antara pelaksana pengabdian dan pelaku usaha, sehingga solusi yang dihasilkan lebih kontekstual dan berkelanjutan. Model ini sejalan dengan prinsip-prinsip Participatory Action Research (PAR), sebagaimana dijelaskan oleh McIntyre (2008), yang menyatakan bahwa partisipasi aktif komunitas dalam proses pemecahan masalah akan meningkatkan efektivitas dan dampak program.

Selama lima minggu pelaksanaan program, penulis terlibat penuh dalam kegiatan operasional UMKM Baitul Qurro, baik di ruang produksi, kegiatan promosi, hingga proses distribusi. Kegiatan ini dimulai dengan observasi partisipatif, di mana penulis mencatat secara langsung proses kerja harian, pola interaksi antaranggota, dan sistem produksi yang berjalan. Observasi dilakukan setiap 1 minggu sekali dalam kurun waktu 18 Januari – 15 Februari 2025 dengan pendekatan terbuka dan empatik, sehingga memungkinkan penggalian data yang lebih kaya dan mendalam.

Langkah berikutnya adalah melakukan wawancara semi-struktural dengan 6 informan utama, yang terdiri dari : ketua UMKM, wakil pengelola, dua anggota aktif bagian produksi, satu anggota bagian distribusi dan satu relawan promosi digital. Wawancara dipilih karena sifatnya yang fleksibel namun tetap terarah (Creswell &

Poth, 2018), dengan durasi sekitar 30–60 menit setiap sesi. Seluruh wawancara direkam untuk memudahkan transkripsi dan analisis.

Selain itu, dokumentasi tertulis dan visual turut dihimpun, mencakup presensi kehadiran, catatan keuangan harian, serta foto-foto kegiatan. Dokumentasi ini tidak hanya berfungsi sebagai arsip, tetapi juga digunakan sebagai media refleksi bersama anggota UMKM untuk menilai efektivitas perubahan yang dilakukan.

Seluruh data yang terkumpul dianalisis menggunakan analisis tematik (Braun & Clarke, 2006). Proses analisis meliputi: (1) pengkodean awal terhadap catatan lapangan dan transkrip wawancara, (2) identifikasi tema terkait aspek manajemen organisasi, dan (3) penyusunan narasi tematik untuk menjelaskan keterkaitan antar-tema. Untuk meningkatkan validitas data, digunakan triangulasi sumber (Miles, Huberman, & Saldaña, 2014) dengan cara membandingkan hasil observasi, wawancara, dan dokumentasi. Selain itu, dilakukan pula diskusi reflektif bersama anggota UMKM guna memastikan kesesuaian antara temuan penelitian dengan pengalaman mereka.

Penulis juga membantu menyusun dan mendesain ulang struktur organisasi UMKM berdasarkan hasil diskusi bersama, dengan mempertimbangkan peran dan potensi masing-masing anggota. Langkah ini dilakukan agar sistem kerja menjadi lebih efisien, transparan, dan terukur. Widiani (2020) menjelaskan bahwa organisasi yang efektif akan membagi tanggung jawab dan mengadakan spesialisasi, sehingga meningkatkan efisiensi dalam setiap bagian.

Dalam praktiknya, kegiatan ini juga mengintegrasikan prinsip-prinsip pemberdayaan masyarakat sebagaimana

dijelaskan oleh Susanto (2020), yaitu dengan membangun sense of ownership di kalangan anggota UMKM terhadap perubahan yang sedang berlangsung. Proses tidak diarahkan secara top-down, melainkan melalui pendekatan dialogis dan bertahap, agar perubahan perilaku terjadi secara alamiah.

Dengan menggabungkan observasi partisipatif, wawancara mendalam, dokumentasi reflektif, dan desain intervensi kelembagaan, pengabdian ini menghasilkan model pendampingan yang tidak hanya fokus pada perbaikan teknis, tetapi juga memperkuat dimensi sosial dan struktural dari UMKM yang menjadi mitra.

HASIL DAN PEMBAHASAN

Kondisi Awal UMKM Baitul Qurro

Sebelum intervensi dilakukan, UMKM Baitul Qurro beroperasi dengan sistem manajemen yang masih sangat sederhana dan informal. Usaha ini dirintis dengan semangat sosial oleh seorang guru honorer dan melibatkan para ibu rumah tangga di Desa Gintung Cilejet, Parung Panjang, Bogor. Produk utama UMKM ini adalah kerajinan tangan berbahan dasar bambu seperti tudung saji, keranjang, bakul nasi, dan kipas tradisional, yang tidak hanya memiliki nilai estetika, tetapi juga sarat dengan nilai kultural lokal.

Namun, dalam praktiknya, manajemen UMKM ini belum berjalan optimal. Seluruh beban operasional mulai dari produksi, promosi, hingga pengiriman masih sangat bergantung pada satu orang, yaitu pengelola utama. Hal ini menimbulkan beban kerja yang tidak seimbang serta menciptakan ketergantungan struktural yang berisiko. Menurut Handoko (2020), pengelolaan yang tidak memiliki pembagian peran yang jelas akan menyebabkan ketidakefisienan dalam organisasi dan menghambat proses pengambilan keputusan.

Disisi pemasaran, UMKM ini hanya mengandalkan promosi manual melalui WhatsApp dan Instagram tanpa perencanaan konten yang konsisten atau strategi penjangkauan pelanggan. Strategi digital yang digunakan belum dikelola secara profesional, padahal menurut Lestari dan Wijayanto (2021), pemanfaatan media sosial yang tepat mampu meningkatkan daya saing dan memperluas pasar secara signifikan, terutama bagi pelaku UMKM.

Masalah lain yang ditemukan adalah ketiadaan sistem pencatatan keuangan dan inventaris. Semua aktivitas administratif dilakukan secara lisan atau manual tanpa dokumentasi formal. Akibatnya, tidak ada data yang bisa digunakan untuk menganalisis biaya produksi, laba bersih, maupun perencanaan produksi berbasis permintaan.

Tabel 1 Kondisi Awal UMKM

Aspek	Sebelum Intervensi	Dampak yang Ditimbulkan
Struktur Organisasi	Tidak ada pembagian tugas yang jelas, hanya dikelola 1 orang	Beban kerja menumpuk, ketergantungan struktural
Pencatatan Keuangan	Tidak ada catatan formal, hanya lisan/manual	Tidak bisa menganalisis biaya & laba
Promosi	WhatsApp & Instagram tanpa strategi konten	Jangkauan pasar terbatas
Produksi	Manual, tanpa perencanaan	Efisiensi rendah, rawan

	berbasis permintaan	stok menumpuk atau kosong
Intervensi dan Implementasi Manajemen Organisasi	intervensi dan memperkuat keberlanjutan perubahan.	Langkah pertama adalah penyusunan struktur organisasi yang sederhana namun fungsional, yang terdiri atas pembagian peran dalam bidang produksi, keuangan, dan pemasaran. Pembagian tugas ini menjadi titik awal dalam membangun kesadaran anggota terhadap pentingnya kerja tim dan sistem yang tertata. Hasibuan (2018) menegaskan bahwa pembagian kerja yang jelas akan mendorong efisiensi dan mempermudah koordinasi dalam mencapai tujuan organisasi.

Intervensi yang dilakukan untuk mengatasi persoalan-persoalan tersebut, tim pengabdian melakukan serangkaian intervensi yang dirancang secara kontekstual dan adaptif. Pendekatan yang digunakan adalah pendekatan berbasis pemberdayaan partisipatif, di mana mitra tidak hanya menjadi objek, tetapi juga terlibat dalam proses identifikasi masalah dan penyusunan solusi. Seperti dijelaskan oleh McIntyre (2008), partisipasi aktif masyarakat dalam proses pengambilan keputusan akan meningkatkan efektivitas

Langkah pertama adalah penyusunan struktur organisasi yang sederhana namun fungsional, yang terdiri atas pembagian peran dalam bidang produksi, keuangan, dan pemasaran. Pembagian tugas ini menjadi titik awal dalam membangun kesadaran anggota terhadap pentingnya kerja tim dan sistem yang tertata. Hasibuan (2018) menegaskan bahwa pembagian kerja yang jelas akan mendorong efisiensi dan mempermudah koordinasi dalam mencapai tujuan organisasi.



Gambar 1 Penyerahan Bingkai Struktur Organisasi

Selanjutnya dilakukan digitalisasi pencatatan keuangan dan stok barang, menggunakan *template Excel* yang dirancang sederhana agar mudah dipahami dan digunakan oleh anggota. Sistem ini membantu mitra UMKM dalam mengelola transaksi, memantau persediaan bahan baku, dan mencatat penjualan secara rutin. Pencatatan yang akurat merupakan fondasi dari manajemen usaha yang sehat, sebagaimana dinyatakan oleh Kotler & Keller (2016), bahwa keputusan strategis bisnis memerlukan data yang dapat diandalkan sebagai dasar analisis.

Intervensi juga menyorot aspek promosi dengan penguatan konten digital, promosi

melalui status media sosial dan penyusunan katalog produk. Studi Sudrajad dkk (2023) menunjukkan bahwa digitalisasi memiliki pengaruh signifikan terhadap peningkatan kinerja UMKM di Indonesia, terutama melalui *e-commerce* dan promosi media sosial. Dengan demikian, upaya optimalisasi media sosial dan pencatatan digital yang dilakukan pada UMKM Baitul Qurro merupakan langkah strategis untuk memperkuat daya saing mereka di era transformasi digital. Pembuatan katalog berbasis foto produk yang menarik membantu UMKM menampilkan identitas visual yang lebih profesional kepada calon pembeli. Bersamaan dengan itu, dilakukan

edukasi tentang pentingnya konsistensi konten di media sosial dan penggunaan bahasa promosi yang persuasif. Hal ini selaras dengan pendapat Rahayu (2020),

yang menyebut bahwa literasi digital adalah kunci agar UMKM dapat bertahan dan tumbuh di era ekonomi digital.



Gambar 2 Foto Produk untuk Katalog

Terakhir, dilakukan simulasi bazar dan pelatihan pengemasan produk. Dalam kegiatan ini, anggota UMKM diberi kesempatan untuk mempraktikkan langsung cara menyusun display produk, melakukan interaksi dengan konsumen, hingga

menutup transaksi penjualan. Simulasi ini bertujuan untuk meningkatkan kesiapan anggota dalam menghadapi ajang pemasaran nyata dan membangun kepercayaan diri dalam menjual produk mereka.



Gambar 3 Bazar Anyaman Bambu UMKM Baitul Qurro

Untuk mendukung uraian intervensi, berikut visualisasi progres perbaikan:

Tabel 2 Hasil Intervensi pada UMKM Baitul Qurro

Aspek	Kondisi Awal	Setelah Intervensi
Struktur Organisasi	Tidak ada pembagian peran	Ada pembagian produksi, keuangan, pemasaran
Keuangan	Manual/lisan	Template Excel digunakan rutin
Promosi	WhatsApp & IG seadanya	Katalog visual, konten konsisten di media sosial
Produksi & Display	Tanpa pelatihan khusus	Pelatihan bazar & pengemasan produk

Dampak Pengabdian terhadap Kinerja UMKM

Intervensi yang dilakukan dalam kegiatan pengabdian masyarakat ini membawa sejumlah dampak yang dapat diamati baik selama pelaksanaan maupun setelah program berakhir. Sesuai dengan hasil wawancara “Sekarang saya lebih paham tugas saya di bagian produksi. Jadi tidak semua bergantung ke Bu Susi atau Pak Yayat. Rasanya lebih ringan kalau ada pembagian kerja.” (Wawancara dengan Anggota Produksi, 10 Februari 2025). Perubahan paling menonjol terlihat dalam cara kerja harian UMKM yang menjadi lebih efisien. Hal ini terjadi karena adanya struktur organisasi baru yang memfasilitasi pembagian tugas secara lebih jelas dan proporsional. Masing-masing anggota mulai memahami peran dan tanggung jawabnya, sehingga tidak lagi terjadi ketergantungan berlebih pada satu individu pengelola. Situasi ini membentuk pola kerja yang lebih kolaboratif dan berkelanjutan. Sejalan dengan temuan Khadim & Choudhury (2024) pencatatan administratif dan pembagian peran yang jelas memperkuat efisiensi organisasi dan mengurangi risiko ketergantungan berlebihan pada satu aktor utama.

Di sisi lain, pengelolaan keuangan yang sebelumnya tidak terdokumentasi dengan baik kini menjadi lebih teratur. Dengan diterapkannya sistem pencatatan sederhana

menggunakan Excel, anggota dapat mencatat arus kas masuk dan keluar serta mengawasi stok barang secara berkala. Hal ini memberikan mitra kemampuan untuk melakukan evaluasi terhadap biaya operasional dan keuntungan, yang kemudian digunakan sebagai dasar dalam merencanakan produksi dan strategi usaha ke depan. Fida et al. (2025) juga menunjukkan bahwa sistem pencatatan akuntansi yang sederhana namun konsisten mampu meningkatkan performa finansial jangka panjang UMKM.

Peningkatan juga terjadi dalam aspek pemasaran. Pendampingan dalam pembuatan katalog visual dan penguatan konten media sosial berdampak pada meningkatnya visibilitas produk secara daring. Strategi promosi yang lebih terarah membuat informasi produk lebih mudah diakses oleh konsumen potensial, sehingga memperluas jangkauan pasar dan turut mendongkrak angka penjualan. Penelitian Sudarmaji et al. (2024) membuktikan bahwa pelatihan digital marketing berkontribusi signifikan terhadap peningkatan keterampilan dan kinerja pemasaran UMKM. Hal ini sejalan dengan Rosyidah & Warisaji (2023) yang mencatat bahwa optimalisasi media sosial meningkatkan visibilitas produk secara nyata. Temuan Pradnyawati & Fristamara (2024) juga menegaskan bahwa strategi digital marketing efektif memperluas

jangkauan konsumen dan penjualan, sementara Aviva et al. (2022) menekankan pentingnya visibilitas digital dalam membangun brand awareness, loyalitas pelanggan, dan peningkatan penjualan.

Tidak kalah penting, kegiatan ini turut membangun kapasitas manajerial anggota. Selama proses pendampingan, mereka mulai menunjukkan pemahaman yang lebih baik terhadap pentingnya organisasi kerja, pencatatan administratif, dan strategi komunikasi usaha. Dalam beberapa sesi diskusi, terlihat adanya perubahan cara pandang yang lebih terbuka terhadap pentingnya sistem dan inovasi dalam pengelolaan usaha. Kesadaran ini menjadi fondasi penting dalam membangun sikap proaktif dan semangat kolektif dalam mengembangkan UMKM ke depan. Sunggara et al. (2024) menambahkan

bahwa digital marketing tidak hanya meningkatkan keterampilan teknis, tetapi juga membangun kapasitas manajerial dengan membuka peluang UMKM untuk memperluas pasar dan menjaga keberlanjutan usaha melalui biaya yang relatif rendah.

Secara keseluruhan, kegiatan pengabdian ini membuktikan bahwa pendekatan yang sederhana tetapi dilakukan secara konsisten, serta dilandasi prinsip partisipatif dan pemberdayaan, mampu menciptakan transformasi yang bermakna. Dampak tersebut tidak hanya terlihat dalam peningkatan teknis dan operasional, tetapi juga pada perubahan pola pikir dan budaya kerja para pelaku UMKM yang terlibat. Untuk memperlihatkan dampak lebih jelas, berikut tabel perbandingan sebelum dan setelah intervensi:

Tabel 3 Perbandingan Kondisi Awal dan Setelah Intervensi UMKM Baitul Qurro.

Aspek	Awal	Akhir	Ket
Efisiensi Operasional	40%	75%	Terjadi peningkatan
Pencatatan Keuangan	0% (tidak ada catatan)	80% konsistensi	Sudah ada sistem pencatatan yang berjalan baik
Promosi Digital	30% (posting sporadis)	85% (posting terjadwal & katalog)	Promosi lebih terstruktur dan konsisten
Kolaborasi Anggota	20% (tergantung 1 orang)	70% (tugas terbagi jelas)	Kerja tim lebih efektif dan tanggung jawab terbagi

KESIMPULAN

Kegiatan pengabdian ini membuktikan bahwa penerapan prinsip manajemen organisasi, meskipun dalam bentuk yang sederhana, memiliki dampak signifikan terhadap penguatan kapasitas UMKM.

Perbaikan struktur organisasi, pencatatan keuangan digital, serta strategi promosi yang lebih sistematis mampu meningkatkan efisiensi operasional, transparansi, dan daya saing produk. Hasil ini menegaskan pentingnya pendekatan partisipatif dalam pendampingan UMKM,

dimana pelaku usaha tidak hanya menjadi objek, tetapi juga subjek aktif dalam proses perubahan.

Implikasi teoretis dari kegiatan ini adalah bahwa model pendampingan berbasis partisipatif mendukung teori pemberdayaan komunitas dan manajemen organisasi yang menekankan pada kolaborasi, sense of ownership, serta inovasi sederhana sebagai kunci keberlanjutan usaha. Kontribusi ini memperkaya literatur tentang penguatan UMKM, khususnya di sektor kerajinan berbasis sosial, dengan menunjukkan bahwa intervensi manajerial sederhana dapat memicu perubahan signifikan dalam organisasi mikro.

Implikasi praktis yang dapat ditarik adalah bahwa perguruan tinggi memiliki peran strategis sebagai fasilitator dalam memperkenalkan sistem manajemen sederhana, literasi digital, dan strategi promosi efektif yang sesuai dengan konteks lokal. Praktik ini dapat direplikasi pada UMKM lain yang menghadapi kendala serupa, sekaligus menjadi model kemitraan antara akademisi dan masyarakat dalam penguatan ekonomi berbasis komunitas.

Keterbatasan dari studi ini terletak pada periode pendampingan yang relatif singkat, yaitu lima minggu, sehingga pengaruh jangka panjang dari intervensi belum dapat diamati secara menyeluruh. Selain itu, hasil temuan masih terbatas pada satu unit UMKM dengan karakteristik tertentu, sehingga generalisasi ke UMKM lain perlu dilakukan dengan hati-hati. Ke depan, kegiatan lanjutan dapat difokuskan pada pemantauan berjangka panjang, pelatihan digital marketing lanjutan berbasis aplikasi, serta penguatan jejaring antar-UMKM untuk mendukung keberlanjutan usaha.

REFERENSI

- Adnan, A. F., Nur, M. J., & Riyayanatasya, Y. W. (2023). Peran komunikasi organisasi dalam pemberdayaan UMKM (Studi kasus pada Dinas Koperasi dan UKM Kabupaten Lombok Barat). *Jurnal Komunikasi dan Pemberdayaan*, 4(1), 15–28.
- Aviva, L. F., Fardiansyah, T., & Arief, M. (2022). Digital visibility for MSMEs in the era of economic disruption: A qualitative study. *At-Tijarah: Jurnal Ilmu Manajemen dan Bisnis Islam*, 8(2), 101–114. <https://jurnal.uinsyahada.ac.id/index.php/attijarah/article/view/9639>
- Bastian, I. (2019). *Pengantar manajemen*. Jakarta: Erlangga.
- Badan Pusat Statistik. (2022). *Statistik Ekspor Produk Kreatif Indonesia*. Jakarta: BPS.
- Braun, V., & Clarke, V. (2006). Using thematic analysis in psychology. *Qualitative Research in Psychology*, 3(2), 77–101. <https://doi.org/10.1191/1478088706qp063oa>
- Creswell, J. W., & Poth, C. N. (2018). *Qualitative Inquiry and Research Design: Choosing Among Five Approaches* (4th ed.). Sage Publications.
- Fathin Adnan, A., Jamiluddin Nur, M., & Riyayanatasya, Y. (2023). Peran Komunikasi Organisasi dalam Pemberdayaan UMKM.
- Fida, B. A., Al-Harthy, F. S., & Al-Mashari, A. (2025). Accounting knowledge and record-keeping practices: Evidence from MSMEs in Oman. *International Journal of Business and Management Research*, 14(1), 55–68.

- Firdaus, A., Rahayu, S., & Nugroho, B. (2020). Strategi Peningkatan Daya Saing UMKM di Era Digital. *Jurnal Manajemen Indonesia*, 21(2), 45–58.
- Hasibuan, M. (2018). *Manajemen Sumber Daya Manusia*. Jakarta: Bumi Aksara.
- Handoko, T. H. (2020). *Manajemen Personalia dan SDM*. Yogyakarta: BPFE.
- Kementerian Koperasi dan Usaha Kecil dan Menengah Republik Indonesia. (2022). Peran UMKM dalam perekonomian nasional. Retrieved from <https://kemenkopukm.go.id>
- Khadim, M. N., & Choudhury, A. (2024). Influence of record-keeping on the performance of micro and small enterprises: An empirical study. *Journal of Small Business and Enterprise Development*, 31(2), 233–249.
<https://www.researchgate.net/publication/380237744>
- Kotler, P., & Keller, K. L. (2016). *Marketing Management (15th ed.)*. Pearson Education.
- Lestari, D., & Wijayanto, H. (2021). Strategi Manajemen Organisasi dalam Meningkatkan Kinerja UMKM. *Jurnal Manajemen Indonesia*, 23(2), 77–91.
- McIntyre, A. (2008). *Participatory action research*. SAGE Publications.
- Miles, M. B., Huberman, A. M., & Saldaña, J. (2014). *Qualitative data analysis: A methods sourcebook (3rd ed.)*. SAGE Publications.
- Nasution, R., & Haryanto, T. (2021). Model UMKM berbasis sosial: Antara pemberdayaan dan keberlanjutan usaha. *Jurnal Pemberdayaan Masyarakat*, 9(3), 101–115.
- Prasetyo, P. E., & Kistanti, N. R. (2020). The role of digitalization on MSMEs performance in Indonesia. *Journal of Asian Finance, Economics and Business*, 7(11), 889–898.
- Pradnyawati, I. G. A. A., & Fristamara, D. (2024). Digital marketing strategies to enhance MSME performance: A case study of KWT Kuncup Mekar. *International Journal of Multidisciplinary Research and Analysis*, 7(12), 345–354.
<https://ijmra.in/v7i12/38.php>
- Rahayu, S. (2020). Digitalisasi UMKM sebagai strategi adaptif di era disrupsi. *Jurnal Ekonomi dan Bisnis Digital*, 2(1), 44–56.
- Rosyidah, E., & Warisaji, S. (2023). Digital marketing training to optimize MSME performance: A community service study. *Journal of Community Development and Empowerment*, 4(1), 45–53.
<https://comdev.pubmedia.id/index.php/comdev/article/view/240>
- Sudarmaji, H., Yuliani, S., & Andriani, R. (2024). The effect of digital marketing training on MSME performance in Indonesia. *International Research Journal of Economics and Management Studies*, 3(11), 118–126.
<https://irjems.org/irjems-v3i11p118.html>
- Sudrajat, A.I., dkk. (2023). The Role of Digitalization Performance on Digital Business Strategy in Indonesia MSEM. *International Journal of Professional Business Review*.
- Sunggara, M., Putri, N., & Hidayat, R. (2024). Digital marketing in micro, small and medium enterprises: A systematic literature review. *Review of Humanities*, 5(2), 77–92.

<https://lifescifi.com/journal/index.php/RH/article/view/428>

- Susanto, E. (2020). Pendekatan partisipatif dalam pengabdian masyarakat: Membangun kolaborasi dan pemberdayaan. *Jurnal Abdi Ilmu*, 3(2), 113–122.
- Widiana, M.E. (2020). *Buku Ajar Pengantar Manajemen*. Banyumas. CV. Pena Persada