



Penguatan Kapasitas Digitalisasi UMKM Makanan Tradisional untuk Peningkatan Pendapatan Pedagang Sektor Informal

Mahmudin A. Sabilalo¹, Ahmad Hamid², Laode Almana³, Nazarudin H. Amirudin⁴, Tasrik⁵

Program Studi Ilmu Manajemen, STIE Enam Enam Kendari^{1,3,4,5}
Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Nahdatul Ulama Kendari²
e-mail: mahmudin66@gmail.com

Abstrak

Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah (UMKM) makanan tradisional memiliki potensi besar dalam mendukung perekonomian lokal dan meningkatkan kesejahteraan masyarakat, khususnya di sektor informal termasuk Kelompok Usaha Bersama (KUBE) Amesiu yang berlokasi di desa Amesiu Sulawesi Tenggara. KUBE ini beranggotakan 20 orang ibu rumah tangga produktif. Salah satu masalah utama yang dihadapi adalah belum digunakannya digitalisasi, baik dari sisi pengelolaan keuangan (*E-COUNT*) maupun pemasaran (*E-COMMERCE*). Tujuan utama dari pelaksanaan kegiatan ini untuk menguatkan kapasitas digitalisasi KUBE Amesiu melalui pelatihan aplikasi *E-COUNT* dan *E-COMMERCE*. Metode yang digunakan adalah bimbingan teknis (Bintek). Hasil yang di capai adalah pelaksanaan bimbingan teknis pengelolaan keuangan menggunakan aplikasi *E-COUNT* maupun *E-COMMERCE* di terima dengan baik yang dibuktikan dengan kehadiran seluruh anggota. Karena selama ini anggota KUBE tidak memiliki catatan keuangan atas transaksi yang terjadi setiap hari. Dan belum memasarkan atau mempromosikan produknya secara lebih luas sehingga pendapatan yang diperoleh relatif rendah.

Kata Kunci: *Penguatan Kapasitas, Digitalisasi UMKM, Makanan Tradisional, Pendapatan Pedagang, Sektor Informal.*

Abstract

Traditional food-based Micro, Small, and Medium Enterprises (MSMEs) hold substantial potential for strengthening local economies and enhancing community welfare, particularly within the informal sector, including the Kelompok Usaha Bersama (KUBE) Amesiu located in Amesiu Village, Southeast Sulawesi. This cooperative consists of 20 productive housewives engaged in traditional food production. One of the main challenges faced by the group is the lack of digitalization, both in financial management (*E-COUNT*) and marketing (*E-COMMERCE*). The primary objective of this community engagement program was to strengthen the digital capacity of KUBE Amesiu through training on the use of *E-COUNT* and *E-COMMERCE* applications. The method employed was a technical guidance and mentoring approach (Bimbingan Teknis/Bintek). The results indicate that the implementation of the training on financial management using *E-COUNT* and online marketing through *E-COMMERCE* was well received, as evidenced by the full participation of all members. Prior to this program, KUBE members did not maintain systematic financial records of daily transactions and had not yet promoted or marketed their products widely, resulting in relatively low income levels.

Keywords: *Capacity Building, MSME Digitalization, Traditional Food, Traders' Income, Informal Sector.*

PENDAHULUAN

Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah (UMKM) makanan tradisional di Indonesia memiliki potensi besar dalam mendukung perekonomian lokal dan meningkatkan kesejahteraan masyarakat, khususnya di sektor informal (Savitri, 2019). Termasuk didalamnya adalah usaha mitra sasaran yaitu KUBE Amesiu yang berlokasi di desa Amesiu Kabupaten Konawe Sulawesi Tenggara.

KUBE Amesiu terbentuk sejak tahun 2010 dan beranggotakan sebanyak 20 orang ibu rumah tangga produktif dan anak gadis remaja (usia 18- 45 tahun) yang masing-masing menempati satu bilik lapak untuk usaha. KUBE ini secara resmi menjadi kelompok usaha bersama pada tanggal 5 Januari tahun 2010 sesuai penetapan Pemerintah Daerah Kabupaten Konawe Nomor 613/103/I/2010, Surat Izin Tempat Usaha (SITU) Nomor 589/762/I/2010 dan Surat Izin Usaha Perdagangan Kecil (SIUP) Nomor 516/86/I/2010. Saat ini di pimpin oleh ibu Hasrani.

Sektor usaha pada KUBE ini, masih menghadapi berbagai tantangan yang menghambat pertumbuhannya, terutama dalam hal adopsi teknologi digital dan peningkatan daya saing produk (Wiratama, 2023). Masih bergantung pada metode pemasaran dan manajemen yang konvensional, yang menyebabkan keterbatasan dalam menjangkau pasar yang lebih luas dan mengoptimalkan pendapatan (Utama A, 2022). Pendapatan kotor yang diperoleh berkisar 200 – 300 ribu per hari.

Salah satu masalah utama yang dihadapi oleh KUBE Amesiu yang bergerak di sektor makanan tradisional adalah rendahnya tingkat digitalisasi. KUBE ini belum terbiasa dalam memanfaatkan teknologi digital dan sistem berbasis AI (kecerdasan buatan) untuk mendukung operasional bisnis mereka, mulai dari manajemen usaha hingga pemasaran produk. Akibatnya, kesulitan untuk bersaing di pasar yang semakin terhubung secara digital (Hasan M, 2021).

Berdasarkan sisi manajemen, KUBE Amesiu mengandalkan cara-cara manual dalam pengelolaan hasil produksi dan distribusi. Masih menggunakan sistem pencatatan manual dalam pengelolaan persediaan bahan baku, sehingga mempengaruhi efisiensi dan kualitas produk. Di sisi pemasaran, KUBE ini seringkali terbatas pada pasar lokal dan belum mengoptimalkan pemanfaatan platform digital untuk menjangkau konsumen yang lebih luas. Selain itu, juga kesulitan dalam menentukan harga jual yang kompetitif karena tidak memiliki data pasar yang akurat dan *up to date*. Di sisi lain, kondisi kewilayahan menjadi faktor penting dalam pengembangan KUBE Amesiu yang lokasinya terletak di jalan poros Kendari Unaaha dalam wilayah pemerintahan desa Amesiu, dengan akses terbatas terhadap fasilitas digital dan pelatihan yang dapat membantu mereka beradaptasi dengan teknologi.

Diperlukan upaya untuk mengatasi hambatan geografis ini dengan menyediakan solusi yang dapat diakses banyak konsumen dengan mudah di wilayah tersebut. Dari segi sosial ekonomi, KUBE Amesiu dikelola oleh individu-individu dengan tingkat pendidikan SMP dan SLTA dan kurangnya keterampilan dalam teknologi digital. KUBE ini masih kesulitan mengakses pelatihan teknologi, dan ini menjadi salah satu faktor penghambat dalam meningkatkan kapasitas dan daya saing mereka di pasar.

Di sisi lain, kondisi kewilayahan menjadi faktor penting dalam pengembangan KUBE Amesiu yang lokasinya terletak di jalan poros Kendari Unaaha dalam wilayah pemerintahan desa Amesiu, dengan akses terbatas terhadap fasilitas digital dan pelatihan yang dapat membantu mereka beradaptasi dengan teknologi. Gambar lokasi sebagai berikut:



Gambar 1. Kondisi Exiting Lokasi Mitra Sasaran
Sumber : Dokumentasi lapangan, 21 September 2025

Diperlukan upaya untuk mengatasi hambatan geografis ini dengan menyediakan solusi yang dapat diakses banyak konsumen dengan mudah di wilayah tersebut (Ruchkina G, 2017)

Terkait dengan kondisi Kube Amesiu sebagai mitra sasaran program,, memiliki ciri-ciri sebagai berikut:

- a. Produk adalah kue tradisional, makanan ringan, dan masakan khas daerah termasuk jagung rebus, mie, juga tungku arang sebagai alternative pengganti bahan bakar minyak tanah. Namun, masih menghadapi tantangan dalam hal konsistensi kapasitas produksi.
- b. Distribusi: Mengandalkan pasar lokal atau pasar tradisional untuk mendistribusikan produk. Belum menjual produk dengan menggunakan bantuan platform digital, seperti *E-COMMERCE*.
- c. Manajemen keuangan terutama sistem pencatatan transaksi keuangan harian belum menggunakan sistem pencatatan dengan aplikasi seperti *E-COUNT*.

Berdasarkan segi sosial ekonomi, KUBE Amesiui dikelola oleh individu-individu dengan tingkat pendidikan SMP dan SLTA dan kurangnya keterampilan dalam teknologi digital. KUBE ini masih kesulitan mengakses pelatihan teknologi, dan ini menjadi salah satu faktor penghambat dalam meningkatkan kapasitas dan daya saing mereka di pasar.

Tujuan utama dari pelaksanaan kegiatan ini adalah untuk menguatkan kapasitas digitalisasi KUBE Amesiui melalui penerapan teknologi E-COUNT dan E-COMMERCE, dengan tujuan untuk meningkatkan pendapatan dan memperkuat daya saing produk mereka. Sehingga, diharapkan dapat meningkatkan pengetahuan pengelolaan keuangan melalui penerapan aplikasi E-COUNT agar dapat melakukan pencatatan penerimaan harian, pengeluaran, saldo harian serta saldo akhir serta memperluas jangkauan pasar dengan memanfaatkan platform E-COMMERCE untuk menjangkau konsumen yang lebih luas.

Meningkatkan pengetahuan dan keterampilan digital bagi anggota KUBE, sehingga mereka dapat lebih mudah beradaptasi dengan perkembangan teknologi dan meningkatkan kualitas usaha mereka.

METODE

Metode yang digunakan dalam pelaksanaan pengabdian masyarakat pada KUBE Amesiui di desa Amesiui Kecamatan Pondidaha Sulawesi Tenggara diawali dengan sosialisasi awal, dilanjutkan dengan dengan kegiatan pelatihan tentang penggunaan perangkat lunak E-COUNT untuk pembukuan dan sistem analisis keuangan berbasis digital serta pelatihan pemasaran digital melalui platform e-commerce sekaligus menerapkan teknologi. Lalu dilanjutkan dengan pendampingan dan evaluasi keberlanjutan program.

HASIL DAN PEMBAHASAN

Kegiatan yang telah dilaksanakan dalam program pengabdian kepada masyarakat ini diawali dengan pengurusan surat tugas pelaksanaan program PMP. Surat tugas ini dikeluarkan dan ditanda tangani oleh Ketua STIE Enam Enam Kendari tertanggal Sabtu 20 September 2025 untuk tim dosen dan mahasiswa. Berdasarkan surat tugas, tim melakukan kunjungan awal dimana Ketua pelaksana di dampingi oleh dua orang anggota tim dari mahasiswa. Setelah tiba dilokasi langsung bertemu koordinator KUBE Amesiui yaitu ibu Hasriani, sebagaimana pada gambar 2.



Gambar 2. Pertemuan Awal dengan Koordinator KUBE Amesiui (ibu Hasriani)

Ketua tim pelaksana program Pemberdayaan Masyarakat Pemula (PMP) menyampaikan tujuan kunjungan sekaligus meminta kesediaan untuk dilakukan kunjungan kedua dalam rangka pelaksanaan bintek manajemen keuangan (menggunakan aplikasi *E-COUNT* sederhana) dan manajemen pemasaran online (*E-COMMERCE*). Juga sekaligus menyampaikan agar semua anggota KUBE Amesiu dapat hadir mengikuti Bintek yang akan dilaksanakan pada hari Minggu 28 September 2025. Pelaksanaan bintek menyajikan materi sebagai berikut:

Manajemen keuangan dengan penggunaan aplikasi *E-COUNT*

Materi manajemen keuangan dengan penggunaan aplikasi *E-COUNT* disampaikan oleh ketua tim bapak Dr. Mahmudin AS,MSi, sebagaimana pada gambar 3.



Gambar 3. Penjelasan manajemen keuangan dengan aplikasi *E-COUNT*

Sumber: dokumentasi lapangan, September 2025

Pentingnya Laporan Keuangan untuk Usaha Mikro Adalah (1) Mengetahui Kondisi Usaha. Dengan laporan keuangan, pemilik usaha bisa melihat detail pemasukan dan pengeluaran setiap saat. (2) Memudahkan Memperoleh Pinjaman dari Bank. Bank selalu minta laporan keuangan. Karena itu, pentingnya laporan keuangan bagi usaha mikro untuk mendapatkan kredit (3) Menghindari Pencampuran Keuangan. Tanpa pencatatan, uang pribadi dan bisnis mudah bercampur. Disiplin ini menunjukkan pentingnya laporan keuangan bagi usaha mikro yang ingin profesional.

Jenis-Jenis Laporan Keuangan Usaha Mikro meliputi: (1) Laporan Arus Kas: Mengontrol keluar masuknya uang harian.(2) Laporan Laba Rugi: Menunjukkan pendapatan, biaya, dan laba bersih. (3) Neraca: Menampilkan aset, kewajiban, dan modal.(4) Perubahan Modal: Melacak bertambah atau berkurangnya modal usaha. Pada kegiatan bintek ini dikhususkan laporan arus kas dengan menggunakan aplikasi *E-COUNT* dengan petunjuk teknis sebagai berikut:

Membuat Kolom Penerimaan Secara Otomatis. Hasilnya sebagaimana pada tabel 1.

Tabel 1. Penerimaan Kas (contoh ilustrasi)

APLIKASI E-COUNT		BELAJAR ASYIIK	KUBE AMESIU			
RINGKASAN			LAPORAN PENERIMAAN			
METODE PENERIMAAN	JUMLAH (Rp)		PERIODE OKTOBER 2025 SD SEPTEMBER 2026			
TUNAI	1.150.000					
BANK	850.000					
LAINNYA	200.000					
TOTAL (Rp)	2.200.000					

NO	HARI	TANGGAL	TRANSAKSI PENERIMAAN	METOE PENERIMAAN	JUMLAH	PENJELASAN RINCI
1	Wednesday	01/10/2025	JAGUNG REBUS	TUNAI	300.000	Jagung ketan
2	Thursday	02/10/2025	MIE SIRAM	TUNAI	150.000	Harum manis, pop mie
3	Friday	03/10/2025	MIE SIRAM	TUNAI	100.000	
4	Saturday	04/10/2025	JAGUNG REBUS+ MIE SIRAM	BANK	350.000	
5	Sunday	05/10/2025	JAGUNG REBUS	TUNAI	500.000	
6	Monday	06/10/2025	MINUMAN	LAINNYA	200.000	
7	Tuesday	07/10/2025	JUAL JAGUNG REBUS	BANK	500.000	
8	Wednesday	08/10/2025	SNACK-KHAS AMESIU	TUNAI	100.000	
9	Thursday	09/10/2025	JUAL JAGUNG REBUS	TUNAI	-	
10	Friday	10/10/2025	JUAL JAGUNG REBUS	TUNAI	-	
11	Saturday	11/10/2025	JUAL JAGUNG REBUS	TUNAI	-	
12	Sunday	12/10/2025	JUAL JAGUNG REBUS	TUNAI	-	
13	Monday	13/10/2025	JUAL JAGUNG REBUS	TUNAI	-	
14	Tuesday	14/10/2025	JUAL JAGUNG REBUS	TUNAI	-	
15	Wednesday	15/10/2025	JUAL JAGUNG REBUS	TUNAI	-	

Kolom penerimaan tersebut diisi sesuai dengan transaksi penerimaan yang terjadi setiap hari dengan menuliskan tanggal maka hari akan terisi secara otomatis. Kemudian transaksi penerimaan. Metode pembayaran ada tiga yaitu tunai, transfer bank atau lainnya (*gopay, dana, oppo* dll.)

Membuat kolom pengeluaran secara otomatis: Hasilnya sebagaimana pada tabel 2 berikut:

Tabel 2. Pengeluaran Kas (contoh ilustrasi)

APLIKASI E-COUNT		ENJOY	KUBE AMESIU			
RINGKASAN			LAPORAN PENGELUARAN			
METODE PENERIMAAN	JUMLAH (Rp)		PERIODE OKTOBER 2025 SD SEPTEMBER 2026			
TUNAI	650.000					
BANK	900.000					
LAINNYA	100.000					
TOTAL (Rp)	1.650.000					

NO	HARI	TANGGAL	TRANSAKSI PENGELUARAN	METOE PENGELUARAN	JUMLAH	PENJELASAN RINCI
1	Wednesday	01/10/2025	BELI JAGUNG MENTAH	TUNAI	150.000	Jagung ketan 1 karung
2	Thursday	02/10/2025	BELI JAGUNG MENTAH	TUNAI	200.000	Jagung harum manis 1 karung
3	Friday	03/10/2025	BAYAR POP MIE	BANK	150.000	Satu Karton
4	Saturday	04/10/2025	BELI JAGUNG MENTAH	BANK	300.000	Jagung ketan 2 karung
5	Sunday	05/10/2025	BAYAR LISTRIK	LAINNYA	100.000	Beli pulsa listrik
6	Monday	06/10/2025	BAYAR RETRIBUSI	TUNAI	100.000	Retribusi lapak Oktober
7	Tuesday	07/10/2025	BELI JAGUNG MENTAH	BANK	450.000	Jagung ketan 3 karung
8	Wednesday	08/10/2025	BAYAR MINUMAN KALENG	TUNAI	200.000	Susu beruang
9	Thursday	09/10/2025	BELI JAGUNG MENTAH	TUNAI	-	
10	Friday	10/10/2025	BELI JAGUNG MENTAH	TUNAI	-	
11	Saturday	11/10/2025	BELI JAGUNG MENTAH	TUNAI	-	
12	Sunday	12/10/2025	BELI JAGUNG MENTAH	TUNAI	-	
13	Monday	13/10/2025	BELI JAGUNG MENTAH	TUNAI	-	
14	Tuesday	14/10/2025	BELI JAGUNG MENTAH	TUNAI	-	
15	Wednesday	15/10/2025	BELI JAGUNG MENTAH	TUNAI	-	

Mengisi kolom pengeluaran dimulai dengan mengetikkan tanggal, maka kolom hari akan terisi secara otomatis. Kemudian isi transaksi pengeluaran. Metode pembayaran ada tiga yaitu tunai, bank dan lainnya.

Membuat laporan keuangan harian, yang berisi tentang penerimaan dan pengeluaran, berikut saldo harian dan saldo akhir yang sesungguhnya saldo akhir ini mencerminkan keuntungan atau kerugian bagi pelaku usaha mikro. Hasilnya pada tabel 3.

Tabel 3. Laporan harian (contoh ilustrasi).

APLIKASI E-COUNT						
LAPORAN PEMBUKUAN HARIAN						
PENCARIAN BERDASARKAN TANGGAL						
	TANGGAL		PENERIMAAN	PENGELUARAN	SALDO HARIAN	SALDO AKHIR /LABA-RUGI
	01/10/2025		300.000	150.000	150.000	150.000
NO	TANGGAL	HARI	PENERIMAAN	PENGELUARAN	SALDO HARIAN	SALDO AKHIR /LABA-RUGI
1	01/10/2025	Wednesday	300.000	150.000	150.000	150.000
2	02/10/2025	Thursday	150.000	200.000	-	100.000
3	03/10/2025	Friday	100.000	150.000	-	50.000
4	04/10/2025	Saturday	350.000	300.000	50.000	100.000
5	05/10/2025	Sunday	500.000	100.000	400.000	500.000
6	06/10/2025	Monday	200.000	100.000	100.000	600.000
7	07/10/2025	Tuesday	500.000	450.000	50.000	650.000
8	08/10/2025	Wednesday	100.000	200.000	-	550.000
9	09/10/2025	Thursday	-	-		
10	10/10/2025	Friday	-	-		
11	11/10/2025	Saturday	-	-		
12	12/10/2025	Sunday	-	-		

Hasil aplikasi E-COUNT lengkapnya pada link berikut:<https://l1nk.dev/J7gB3>

Manajemen Pemasaran dengan penggunaan E-COMMERCE

Materi manajemen pemasaran dengan penggunaan aplikasi E-COMMERCE disampaikan oleh bapak Dr. Ahmad Hamid MSi, sebagaimana pada gambar berikut:



Gambar 4. Penjelasan manajemen pemasaran dengan aplikasi E-COMMERCE
 Sumber: dokumentasi lapangan, September 2025

Pengertian E-COMMERCE

E-COMMERCE atau perdagangan elektronik, adalah penjualan dan pembelian barang atau jasa menggunakan media internet. Pentingnya E-COMMERCE bagi UMKM Adalah (a) Akses ke Pasar yang Lebih Luas: Dengan E-COMMERCE, UMKM tidak lagi terbatas pada pasar lokal. tetapi dapat menjual produk mereka ke seluruh dunia, membuka peluang untuk meningkatkan penjualan dan pendapatan. (b) Pengurangan Biaya

Operasional: Dengan *E-COMMERCE*, UMKM dapat menekan biaya operasional secara signifikan. Platform *E-COMMERCE* memungkinkan UMKM untuk menjalankan bisnis dengan modal yang lebih kecil. (c) Kemudahan Akses dan Pengelolaan: Platform *E-COMMERCE* menawarkan berbagai alat dan fitur yang memudahkan pengelolaan bisnis, seperti sistem inventaris, pembayaran online, dan analisis penjualan. (d) Pengumpulan Data Pelanggan: *E-COMMERCE* memungkinkan UMKM untuk mengumpulkan data pelanggan yang berharga, seperti preferensi belanja dan perilaku konsumen.

Jenis jenis *E-COMMERCE* yang dapat digunakan usaha mikro adalah (a) Social Commerce. Lewat Shopee, TikTok, atau Instagram. (b) Vertical *E-COMMERCE*. Merupakan model *E-COMMERCE* yang fokus hanya pada satu kategori produk atau segmen pasar tertentu. Contoh Orami yang khusus ibu & anak, Sociolla untuk produk kecantikan. (c) Digital Payment. Pembayaran digital jadi bagian penting dalam dunia belanja online. E-wallet seperti OVO, DANA, GoPay, sampai ShopeePay bikin transaksi jadi lebih cepat, aman, dan simpel. Pada pelaksanaan bintek ini peserta dibekali informasi menyiapkan instagram bisnis.

Berdasarkan hasil pelaksanaan program pemberdayaan masyarakat pemula (PMP) diketahui bahwa pelaksanaan bimbingan teknis pengelolaan keuangan menggunakan *E-COUNT & E-COMMERCE* di terima dengan baik yang dibuktikan dengan kehadiran seluruh anggota anggota KUBE Amesiu sebanyak 20 orang. Hal ini disebabkan karena anggota KUBE Amesiu tidak memiliki catatan keuangan atas transaksi yang terjadi setiap hari. Oleh karena itu, pelaksanaan bimbingan teknis pengelolaan keuangan menggunakan aplikasi *E-COUNT* di terima dengan baik. Selain itu, bersifat pasip dengan hanya menunggu ditempat. Konsumen yang datang, artinya belum memasarkan atau mempromosikan produknya secara lebih luas sehingga pendapatan yang diperoleh relative rendah. Melalui pelaksanaan bimbingan teknis pengelolaan keuangan menggunakan *E-COUNT & E-COMMERCE* diharapkan seluruh anggota KUBE Amesiu dapat mengelola transaksi keuangannya setiap hari dengan baik. Juga mempromosikan usahanya secara lebih luas sehingga pendapatan semakin meningkat.

Pelaksanaan program pemberdayaan masyarakat pemula (PMP) bersesuaian dengan human capital theory yang menyatakan bahwa investasi pada pengetahuan dan keterampilan (modal manusia) meningkatkan produktivitas individu dan nilai ekonomisnya. Hal ini disebabkan karena pelatihan pengelolaan keuangan dan pemasaran menambah keterampilan praktis pemilik usaha (pencatatan, pengelolaan biaya, pemasaran digital), sehingga meningkatkan kemampuan mengelola usaha dan mendongkrak pendapatan (Dushkova, 2024).

Selain itu, teori lain yang mendukung adalah Teori Difusi Inovasi bahwa adopsi teknologi atau praktik baru menyebar melalui populasi menurut karakteristik inovasi, kanal komunikasi, waktu, dan sistem sosial. Dalam hal ini, Penggunaan *E-COUNT* atau platform *E-COMMERCE*, praktik pemasaran digital merupakan inovasi bagi banyak pelaku UMKM; memahami faktor adopsi (keuntungan relatif, kompleksitas, coba-pakai, keterlihatan) membantu merancang pelatihan yang mempercepat penerimaan.

Pelaksanaan program pemberdayaan masyarakat pemula (PMP) bersesuaian dengan pelaksanaan abdimas Rahim, D. A., & Puryandani, S. (2025) bahwa program pendampingan digital marketing dilaporkan meningkatkan

kemampuan pemasaran digital dan pendapatan peserta UMKM Kota Bogor. Selanjutnya Maulana, P. F. (2024). menemukan bahwa pelatihan penggunaan platform *E-COMMERCE* (Shopee) untuk 20 pelaku UMKM di Desa Blurukidul; hasil menunjukkan peningkatan jumlah akun terdaftar dan potensi kenaikan penjualan.

Wibowo, dkk (2023) menemukan bahwa serangkaian PKM menekankan pelatihan *E-COMMERCE* sebagai instrumen efektif untuk memperluas pasar UMKM dan meningkatkan pendapatan. Divana Jarestiana, D. (2023), PKM melaksanakan pelatihan pembukuan sederhana dan penyusunan laporan keuangan bagi pelaku UMKM untuk meningkatkan literasi akuntansi dan keteraturan pencatatan transaksi harian. Kegiatan meliputi praktik pencatatan, pembuatan laporan rugi-laba, dan monitoring pasca-pelatihan

Fajriah, R. (2024) pengabdian ini secara eksplisit menyelenggarakan pelatihan *E-COMMERCE* (pembuatan akun, manajemen produk, foto produk, manajemen pesanan) untuk pelaku UMKM lokal agar mampu memperluas pasar dan meningkatkan penjualan. Laporan menyertakan hasil sebelum-sesudah dan indikator peningkatan jangkauan pemasaran. Sari, E. R. N. (2024), Program PKM menggabungkan pelatihan penyusunan laporan keuangan (sistem laporan laba-rugi, pencatatan) dengan pelatihan pemasaran digital (pembuatan katalog, Instagram, pamflet) untuk UMKM; dilaporkan terjadi peningkatan kemampuan pengurus dalam membuat laporan keuangan dan promosi produk.

Kebermanfaatan bintek aplikasi *E-COUNT* pada anggota KUBE dapat menggunakan aplikasi *E-COUNT* dengan baik sebesar 70% dalam minggu pertama setelah bintek dengan demikian maka setiap anggota KUBE memiliki laporan transaksi harian secara otomatis. Tentunya dikemudian hari akan memudahkan untuk mengakses Kredit Usaha Rakyat. Selain itu adalah a) Terciptanya pemahaman anggota KUBE tentang pemasaran digital dan platform *E-COMMERCE* sebesar 80%. (b) Meningkatnya pendapatan melalui pemasaran digital sebesar 30% dalam satu semester pertama.

SIMPULAN

Pelaksanaan bimbingan teknis pengelolaan keuangan menggunakan aplikasi *E-COUNT* dan *E-COMMERCE* di terima dengan baik yang dibuktikan dengan kehadiran seluruh anggota sebanyak 20 orang. Alasannya anggota KUBE Amesiu selama ini tidak memiliki catatan keuangan atas transaksi yang terjadi setiap hari. Selain itu, selama ini anggota KUBE bersifat pasip dengan menunggu konsumen yang datang. Maksudnya belum memasarkan atau mempromosikan produknya secara lebih luas sehingga pendapatan yang diperoleh relative rendah. Dengan demikian diharapkan anggota KUBE dapat menggunakan aplikasi *E-COUNT* dengan baik sebesar 70% dalam minggu pertama setelah bintek. Tentunya dikemudian hari akan memudahkan untuk mengakses Kredit Usaha Rakyat. Selain itu adalah terciptanya pemahaman anggota KUBE tentang platform *E-COMMERCE* sebesar 80%. Juga meningkatnya pendapatan melalui pemasaran digital sebesar 30% dalam satu semester pertama.

DAFTAR PUSTAKA

- Divana Jarestiana, D. (2023). *Pendampingan pembukuan laporan keuangan sederhana bagi pelaku UMKM* (Pengabdian Masyarakat). Jurnal Pengabdian Kepada Masyarakat (JPKM). <https://ejournal.sisfokomtek.org/index.php/jpkm/article/download/1785/1280>
- Dushkova, D., & Ivlieva, O. (2024). Empowering Communities to Act for a Change: A Review of the Community Empowerment Programs towards Sustainability and Resilience. *Sustainability*, 16(19), 8700. <https://doi.org/10.3390/su16198700>
- Fajriah, R. (2024). *Pelatihan e-commerce untuk pengembangan UMKM di Desa Tanjung Glugur*. GUNAVATTA Jurnal Pengabdian. <https://unars.ac.id/ojs/index.php/GUNAVATTA/article/view/6544>
- Hasan M, Dzakiyyah A, Kumalasari DA, Safira N, Aini SN. Transformasi Digital UMKM Sektor Kuliner Di Kelurahan Jatinegara, Jakarta Timur. *Jurnal Bisnis dan Kewirausahaan*2021;17(2):135-50. <http://dx.doi.org/10.31940/jbk.v17i2.2529>
- Maulana, P. F. (2024). *Digitalisasi pemasaran produk UMKM melalui aplikasi Shopee: Sosialisasi dan praktik langsung di Desa Blurukidul*. Jurnal Pengabdian Masyarakat Bangsa, https://jurnalpengabdianmasyarakatbangsa.com/index.php/jpmba/article/view/1209?utm_source=chatgpt.com
- Rahim, D. A., & Puryandani, S. (2025). *Pendampingan dan Pelatihan Digital Marketing untuk Peningkatan Pendapatan Pelaku UMKM Kota Bogor*. Jurnal Abdi Masyarakat Indonesia, 5(1), 73-80. <https://doi.org/10.54082/jamsi.1544>
- Ruchkina G, Melnichuk M, Frumina S, Mentel G. Small and medium enterprises in the context of regional development and innovations. *Journal of International Studies* 2017;10(4):259-71. <http://dx.doi.org/10.14254/2071-8330.2017/10-4/20>
- Sari, E. R. N. (2024). *Pendampingan pengelolaan keuangan serta peningkatan kapasitas pemasaran UMKM*. Jurnal Pengabdian Masyarakat Bangsa. <https://jurnalpengabdianmasyarakatbangsa.com/index.php/jpmba/article/view/714>
- Savitri Noor L, Derriawan, Soebagy. Inovasi UMKM Boga Tradisional Dalam Mencapai Keunggulan Bersaing. *JRB-Jurnal Riset Bisnis*. 2019;2(1):70-83. <http://dx.doi.org/10.35592/jrb.v2i1.258>
- Utama A, Hatidah H, Ujang U. Pendampingan Pemasaran Umkm Pempek di Pasar Kuliner 26 Ilir Kota Palembang Pada Masa Pandemi Covid 19. *AKM:*

Aksi Kepada Masyarakat [Internet]. 2022;3(1):37-44.
<http://dx.doi.org/10.36908/akm.v3i1.432>

Wibowo, Y., Marwansyah, F. D., & Indriaty. (2023). *Pelatihan E-Commerce pada UMKM kecil menengah*. Jurnal Pengabdian Masyarakat Khatulistiwa / Jurnal Pengabdian Ibnu Sina.

Wiratama B. Implementasi Peraturan Menteri Dalam Negeri Nomor 130 Tahun 2018 Tentang Kegiatan Pembangunan Sarana dan Prasarana Kelurahan dan Pemberdayaan Masyarakat di Kelurahan Sungai Pinang Dalam Kota Samarinda. *Jurnal Administrative Reform*. 2023;11(1).
<http://dx.doi.org/10.30872/jar.v11i1.8101>