

Pelatihan Penguatan Manajemen Usaha Untuk Peningkatan Penjualan UMKM di Pondok Bambu, Jakarta Timur

Redo Tridinata Wijaya^{1*}, Erik², Nazir Utama Anugrah³, Khairina Widya Primandari H.⁴, Dewi Fransiska Simanjuntak⁵, Lupi Yudhaningrum⁶, Andela Agripina Nareswari⁷, Amanda Aulia Azifa⁸

¹⁻⁸ Universitas Negeri Jakarta

*Corresponding author

E-mail: redo.tridinata@unj.ac.id*

Article History:

Received: October, 2026

Revised: October, 2026

Accepted: October, 2026

Abstract: Pelaku UMKM di Kelurahan Pondok Bambu, Duren Sawit, Jakarta Timur memiliki potensi pasar yang besar, tetapi belum diimbangi dengan kemampuan manajemen usaha yang memadai, terutama dalam perencanaan usaha, pemisahan keuangan pribadi dan usaha, pengendalian biaya, serta strategi penjualan. Kegiatan ini bertujuan untuk meningkatkan pemahaman dan keterampilan manajemen usaha sebagai strategi peningkatan penjualan. Pelatihan dilaksanakan dalam bentuk workshop yang diikuti 15 pelaku UMKM, dengan evaluasi menggunakan desain pretest-posttest. Rata-rata skor peserta meningkat dari 2,07 menjadi 2,47, enam peserta mengalami kenaikan skor, lima tetap, dan empat menurun. Kegiatan ini menegaskan pentingnya penguatan manajemen usaha sebagai fondasi keberlanjutan UMKM serta perlunya pendampingan lanjutan agar keterampilan yang diperoleh diterapkan secara konsisten dan menjadi strategi berkelanjutan dalam meningkatkan penjualan dalam berwirausaha.

Keywords:

Manajemen Usaha, UMKM, Strategi Peningkatan Penjualan, Psikoedukasi, Jakarta Timur

Pendahuluan

Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah (UMKM) memegang peranan strategis dalam mendorong pertumbuhan ekonomi nasional di Indonesia. Saat ini, UMKM mencakup sekitar 99% dari total unit usaha yang ada, sehingga menjadi tulang punggung utama dalam struktur perekonomian Indonesia (Al Farisi & Fasa, 2022). Di Provinsi DKI Jakarta, tercatat sebanyak 337.429 unit UMKM, dan dari enam wilayah administratif termasuk Kepulauan Seribu, Jakarta Timur merupakan wilayah dengan jumlah UMKM terbanyak, yaitu mencapai 78.345 unit atau sekitar 23,22% dari keseluruhan UMKM di DKI Jakarta (Dinas Perindustrian, Perdagangan, Koperasi, Usaha Kecil, dan Menengah Provinsi DKI Jakarta, 2024). Dominasi jumlah UMKM tersebut menunjukkan bahwa Jakarta Timur memiliki potensi kewilayahan yang

besar, khususnya di Kelurahan Pondok Bambu yang menjadi lokasi sasaran kegiatan pengabdian kepada masyarakat ini.

Kelurahan Pondok Bambu di Kecamatan Duren Sawit merupakan kawasan dengan kepadatan penduduk yang cukup tinggi dan didominasi oleh perumahan kelas menengah, sehingga memiliki potensi pasar yang sangat menjanjikan. Wilayah ini memiliki akses transportasi yang cukup baik, dilalui jalur Jak Lingko dan Transjakarta, serta dekat dengan pasar tradisional seperti Pasar Klender dan Pasar Buaran yang menjadi basis ekonomi lokal. Profil mitra sasaran di wilayah Pondok Bambu didominasi oleh sektor kuliner (jajanan pasar, minuman herbal, warung makan), perdagangan kecil (warung kelontong, warung sembako, tanaman hias), dan jasa (cuci motor dan mobil, laundry, percetakan). Skala usaha masih didominasi oleh usaha mikro dengan jumlah tenaga kerja kurang dari 5 orang dan modal usaha kurang dari Rp50.000.000.

Hasil pengamatan lapangan menunjukkan bahwa permasalahan utama yang dihadapi pelaku UMKM di Pondok Bambu tidak hanya terkait keterbatasan bahan baku, peralatan produksi, dan kapasitas produksi, tetapi juga lemahnya manajemen usaha secara menyeluruh. Manajemen usaha sendiri merupakan proses merencanakan, mengorganisasikan, mengarahkan, dan mengendalikan sumber daya usaha agar tujuan bisnis tercapai secara efektif dan efisien, yang mencakup empat fungsi utama yaitu *planning*, *organizing*, *actuating*, dan *controlling* atau POAC (Ayu & Nawawi, 2024). Banyak pelaku UMKM belum memiliki perencanaan usaha yang jelas, pencatatan keuangan yang masih tercampur antara keuangan pribadi dan usaha, serta pengelolaan biaya dan harga jual yang belum terstruktur, padahal pemisahan keuangan pribadi dan modal usaha merupakan prasyarat penting bagi stabilitas usaha (Pamuji et al., 2025). Kondisi ini berdampak langsung pada rendahnya efektivitas strategi penjualan, sulitnya mengukur keuntungan usaha, serta terbatasnya kemampuan pelaku UMKM dalam mengembangkan usahanya.

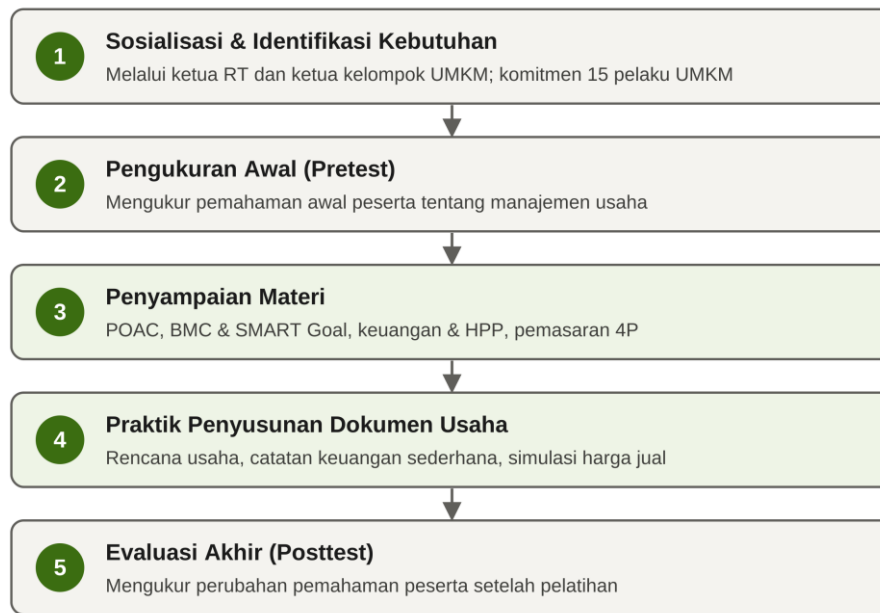
Selain itu, proses produksi UMKM masih didominasi oleh metode manual dan berbasis rumah tangga dengan peralatan sederhana, sehingga kapasitas produksi menjadi terbatas ketika permintaan meningkat. Standardisasi kualitas produk dan pengemasan juga belum konsisten, yang berpengaruh pada daya saing produk di pasar. Dari sisi hilir, distribusi produk masih terbatas pada wilayah lokal, sementara *branding* dan strategi pemasaran belum dikelola secara profesional, sejalan dengan pentingnya bauran pemasaran atau *marketing mix* 4P (*product*, *price*, *place*, *promotion*) sebagai kerangka pengambilan keputusan pemasaran bagi pelaku usaha kecil (Rahmawati et al., 2023). Permasalahan-permasalahan tersebut menunjukkan bahwa

penguatan manajemen usaha menjadi kebutuhan mendesak bagi pelaku UMKM di Pondok Bambu agar mampu meningkatkan penjualan dan keberlanjutan usaha. Berdasarkan analisis situasi tersebut, kegiatan Pelatihan Penguatan Manajemen Usaha sebagai Strategi Peningkatan Penjualan pada Pelaku UMKM di Wilayah Pondok Bambu, Duren Sawit, Jakarta Timur dirancang sebagai bentuk pengabdian kepada masyarakat yang berfokus pada peningkatan kapasitas manajerial pelaku UMKM. Pelatihan ini bertujuan untuk membekali mitra dengan pemahaman dan keterampilan dasar dalam perencanaan usaha, pengelolaan keuangan sederhana, pengendalian biaya, serta penyusunan strategi penjualan yang efektif dan sesuai dengan karakteristik pasar lokal.

Metode

Dari masalah yang dipaparkan, solusi yang ditawarkan oleh tim pengabdian adalah memberikan pelatihan penguatan manajemen usaha dengan pendekatan praktis agar pelaku UMKM mampu menyusun perencanaan usaha, memisahkan keuangan pribadi dan usaha, mengelola biaya produksi, serta menetapkan harga jual yang tepat guna meningkatkan penjualan dan keberlanjutan usaha. Perencanaan usaha diperkenalkan melalui pendekatan *Business Model Canvas* yang memetakan model bisnis secara sederhana dalam satu halaman, mencakup *value proposition*, *customer segment*, *revenue stream*, dan *cost structure*, sebuah pendekatan yang terbukti membantu pelaku UMKM merumuskan arah usahanya secara lebih terstruktur (Sulastri et al., 2022). Selain itu, peserta juga diperkenalkan pada kerangka *SMART Goal* (*Specific, Measurable, Achievable, Relevant, Time-bound*) untuk merumuskan target usaha yang jelas dan terukur, yang terbukti mampu meningkatkan *business value* pelaku UMKM (Prasetyo, 2024).

Kegiatan ini dilaksanakan melalui pendekatan partisipatif, di mana pelaku UMKM dan mitra kegiatan dilibatkan secara aktif sejak tahap sosialisasi hingga evaluasi, sehingga mitra tidak hanya menjadi penerima materi, tetapi juga terlibat dalam mengidentifikasi permasalahan dan merumuskan solusi bagi usahanya masing-masing (Qomar et al., 2022). Pelaksanaan kegiatan dibagi ke dalam lima tahap sebagai berikut, dengan alur ringkas yang disajikan pada Gambar 1.



Gambar 1. Tahapan Pelaksanaan Kegiatan Pelatihan

A. Tahap 1: Sosialisasi Program dan Identifikasi Kebutuhan Mitra

Tahapan pelaksanaan kegiatan dimulai dengan sosialisasi program melalui ketua RT dan ketua kelompok pelaku UMKM Pondok Bambu, yang kemudian meneruskan informasi kepada 15 pelaku UMKM di wilayah tersebut. Sosialisasi ini memberikan informasi terkait pentingnya pengelolaan keuangan yang terpisah, perencanaan usaha yang matang, serta strategi penjualan yang efektif, sekaligus menyepakati komitmen bersama untuk mengikuti pelatihan sampai tuntas. Pada tahap ini, tim pengabdian juga memetakan permasalahan mitra berdasarkan hasil pengamatan lapangan, yaitu belum adanya perencanaan usaha yang jelas, tercampurnya keuangan pribadi dan usaha, serta penetapan biaya dan harga jual yang belum terstruktur. Tahap ini menghasilkan komitmen 15 pelaku UMKM untuk mengikuti pelatihan serta peta kebutuhan yang menjadi dasar penyusunan materi.

B. Tahap 2: Pengukuran Awal Pemahaman Peserta (Pretest)

Kegiatan psikoedukasi ini menggunakan desain *pretest-posttest* untuk menilai perubahan pemahaman peserta mengenai manajemen usaha sebelum dan sesudah pelatihan. Variabel yang diukur meliputi pemahaman terhadap perencanaan usaha, pencatatan keuangan, pengendalian biaya, dan strategi penetapan harga jual. *Pretest* diberikan pada awal kegiatan sebelum materi disampaikan, dengan rentang skor 0–5. Tahap ini menghasilkan data awal tingkat pemahaman peserta yang menjadi pembandingan bagi hasil *posttest*.

C. Tahap 3: Penyampaian Materi Manajemen Usaha

Materi disampaikan melalui ceramah interaktif yang dipadukan dengan diskusi dan tanya jawab, mencakup konsep dasar manajemen usaha (POAC), perencanaan bisnis dengan *Business Model Canvas* dan *SMART Goal*, pengelolaan keuangan usaha, serta strategi pemasaran.

Pada aspek keuangan, peserta dibekali dengan praktik pencatatan arus kas harian dan cara menghitung Harga Pokok Produksi (HPP) sebagai dasar penetapan harga jual yang tepat agar usaha tetap menguntungkan (Bangun et al., 2023, Lucyanda et al., 2026), serta pemanfaatan aplikasi pencatatan keuangan digital untuk mendukung akurasi dan efisiensi pengelolaan usaha (Bangsawan et al., 2026, Desfiandi et al., 2024). Pada aspek pemasaran dan penjualan, peserta diperkenalkan pada bauran pemasaran 4P sebagai strategi pengembangan yang terbukti mampu meningkatkan penjualan UMKM (Rahmawati et al., 2023), termasuk pentingnya menjaga hubungan dengan pelanggan sebagai bagian dari strategi pemasaran yang berkelanjutan (Tjiptono, 2021). Dengan pendekatan yang terintegrasi antara perencanaan, keuangan, dan pemasaran, pelatihan ini diharapkan mampu mendorong pelaku UMKM mengelola usahanya secara lebih profesional dan berkelanjutan. Tahap ini menghasilkan peningkatan pemahaman konseptual peserta serta bahan ajar yang dikembangkan menjadi modul pelatihan manajemen usaha.

D. Tahap 4: Praktik Penyusunan Dokumen Usaha dengan Dukungan Teknologi Digital

Pelatihan dilaksanakan dengan pendekatan *workshop* yang terdiri dari pengenalan manajemen usaha (perencanaan, pencatatan keuangan, dan pengendalian biaya) sampai pada penyusunan rencana usaha, pembuatan catatan keuangan sederhana, serta simulasi penetapan harga jual. Penerapan teknologi dalam pelatihan ini terletak pada penggunaan aplikasi dan alat digital yang mendukung pengelolaan usaha, seperti aplikasi pencatatan keuangan digital, *spreadsheet* untuk perencanaan anggaran, serta platform digital untuk memantau arus kas dan strategi penetapan harga (Desfiandi et al., 2024). Teknologi ini membantu pelaku UMKM mengelola usahanya secara lebih terstruktur, efisien, dan akurat, sehingga mendorong peningkatan penjualan. Tahap ini menghasilkan dokumen perencanaan usaha sederhana, catatan keuangan yang terpisah antara keuangan pribadi dan usaha, serta simulasi harga jual bagi setiap peserta.

E. Tahap 5: Evaluasi Akhir (Posttest)

Pada akhir sesi, peserta mengerjakan *posttest* dengan instrumen yang sama untuk mengukur perubahan pemahaman setelah pelatihan. Evaluasi juga dilakukan dengan melihat kelengkapan luaran yang dihasilkan peserta pada sesi praktik, yaitu dokumen perencanaan usaha sederhana, catatan keuangan yang terpisah antara keuangan pribadi dan usaha, serta simulasi harga jual. Ringkasan seluruh tahapan beserta output-nya disajikan pada Tabel 1.

Tabel 1. Ringkasan Tahapan Metode Pelaksanaan Kegiatan

Tahap	Kegiatan Utama	Output
1	Sosialisasi program melalui ketua RT dan ketua kelompok UMKM, identifikasi kebutuhan mitra	Komitmen 15 pelaku UMKM, pemetaan permasalahan manajemen usaha
2	Pengukuran awal pemahaman peserta melalui <i>pretest</i>	Data awal tingkat pemahaman peserta
3	Penyampaian materi POAC, <i>Business Model Canvas</i> , <i>SMART Goal</i> , keuangan dan HPP, serta bauran pemasaran 4P	Peningkatan pemahaman konseptual, bahan modul pelatihan
4	Praktik penyusunan rencana usaha, catatan keuangan sederhana, dan simulasi harga jual dengan dukungan alat digital	Dokumen perencanaan usaha, catatan keuangan terpisah, simulasi harga jual
5	<i>Posttest</i> untuk mengukur perubahan pemahaman peserta	Data evaluasi efektivitas pelatihan, data luaran praktik peserta

F. Lokasi, Waktu, dan Durasi Kegiatan

Pelatihan dilaksanakan secara luring di Balai Warga RT 001 RW 012, Kelurahan Pondok Bambu, Kecamatan Duren Sawit, Jakarta Timur, dengan melibatkan 15 pelaku UMKM. Rincian waktu pelaksanaan kegiatan adalah sebagai berikut:

1. 1 Agustus 2026, Melakukan sosialisasi program dan koordinasi dengan ketua RT serta ketua kelompok pelaku UMKM.
2. Sabtu, 8 Agustus 2026: Pretest, penyampaian materi, praktik, dan posttest.

Dokumentasi pelaksanaan kegiatan disajikan pada Gambar 2. Gambar 2(a) memperlihatkan sesi penyampaian materi oleh tim pengabdian di hadapan peserta, dengan tayangan pembuka pelatihan pada layar yang memuat judul kegiatan, lokasi, dan tanggal pelaksanaan (Sabtu, 8 Agustus 2026). Gambar 2(b) memperlihatkan penyerahan cenderamata dari tim pengabdian kepada mitra kegiatan sebagai bentuk apresiasi atas dukungan dan fasilitasi yang diberikan selama kegiatan berlangsung.

Gambar 2(c) memperlihatkan foto bersama antara tim pengabdian dan peserta pelatihan di dalam Balai Warga setelah rangkaian kegiatan selesai, yang sekaligus menggambarkan antusiasme serta keterlibatan aktif para pelaku UMKM. Adapun Gambar 2(d) memperlihatkan tim pengabdian, yang terdiri atas dosen dan mahasiswa Universitas Negeri Jakarta, di depan Balai Warga RW 012 Kelurahan Pondok Bambu, Kecamatan Duren Sawit, yang menjadi lokasi pelaksanaan kegiatan.



(a) Penyampaian materi pelatihan



(b) Penyerahan cenderamata kepada mitra



(c) Foto bersama tim pengabdian dan peserta



(d) Tim pengabdian di Balai Warga RW 012

Gambar 2. Dokumentasi Pelaksanaan Kegiatan Pelatihan

Hasil

Kegiatan pelatihan ini dilaksanakan pada Sabtu, 8 Agustus 2026, bertempat di Balai Warga Pondok Bambu, Batas RT 001 RW 012, Kecamatan Duren Sawit, Jakarta Timur. Kegiatan ini diketuai oleh Redo Tridinata Wijaya, M.Psi. dengan anggota tim Erik, S.Psi., M.Si., Nazir Utama Anugrah, S.Psi., M.A., Khairina Widya Primandari H., M.Psi., Psikolog, Dewi Fransiska Simanjuntak, S.Psi., M.Si., dan Lupi Yudhaningrum, M.Psi., Psikolog. Kegiatan ini turut melibatkan mahasiswa Andela Agripina Nareswari dan Amanda Aulia Azifa sebagai bagian dari tim pelaksana, serta

didukung oleh mitra kegiatan Rochmatul Abi selaku Ketua RT 001 RW 012 Pondok Bambu.

Kegiatan diikuti oleh 15 pelaku UMKM dari berbagai jenis usaha di wilayah Pondok Bambu, mencakup sektor kuliner, perdagangan kecil, dan jasa. Pada awal kegiatan, peserta mengisi *pretest* untuk mengukur pemahaman awal mereka mengenai manajemen usaha. Materi pelatihan kemudian disampaikan dalam beberapa sesi yang menggabungkan penyampaian materi dengan diskusi interaktif, mencakup konsep dasar manajemen usaha (POAC), penyusunan perencanaan bisnis sederhana, pengelolaan keuangan usaha, strategi pemasaran, serta upaya membangun daya saing UMKM melalui digitalisasi. Selain memperoleh materi, peserta juga diajak mendiskusikan berbagai tantangan yang mereka hadapi dalam mengembangkan usaha, sehingga solusi yang diberikan dapat disesuaikan dengan kondisi riil di lapangan. Dalam sambutannya, Redo Tridinata Wijaya, M.Psi. selaku ketua tim pengabdian menyampaikan bahwa keberhasilan UMKM tidak hanya ditentukan oleh kualitas produk, tetapi juga oleh kemampuan pelaku usaha dalam mengelola bisnis secara efektif, dan bahwa manajemen usaha yang baik menjadi fondasi penting bagi UMKM untuk bertahan dan berkembang di tengah persaingan yang semakin dinamis.

A. Peningkatan Pemahaman Peserta mengenai Manajemen Usaha

Sebagai bagian dari evaluasi, tim pengabdian juga melakukan pengukuran pemahaman peserta melalui *posttest* di akhir sesi untuk mengetahui efektivitas pelatihan yang telah dilaksanakan. Hasil perbandingan *pretest* dan *posttest* menunjukkan adanya peningkatan pemahaman peserta mengenai perencanaan usaha, pencatatan keuangan, pengendalian biaya, dan strategi penetapan harga jual. Ringkasan statistik deskriptif skor peserta disajikan pada Tabel 2, sedangkan perbandingan skor setiap peserta disajikan pada Gambar 3.

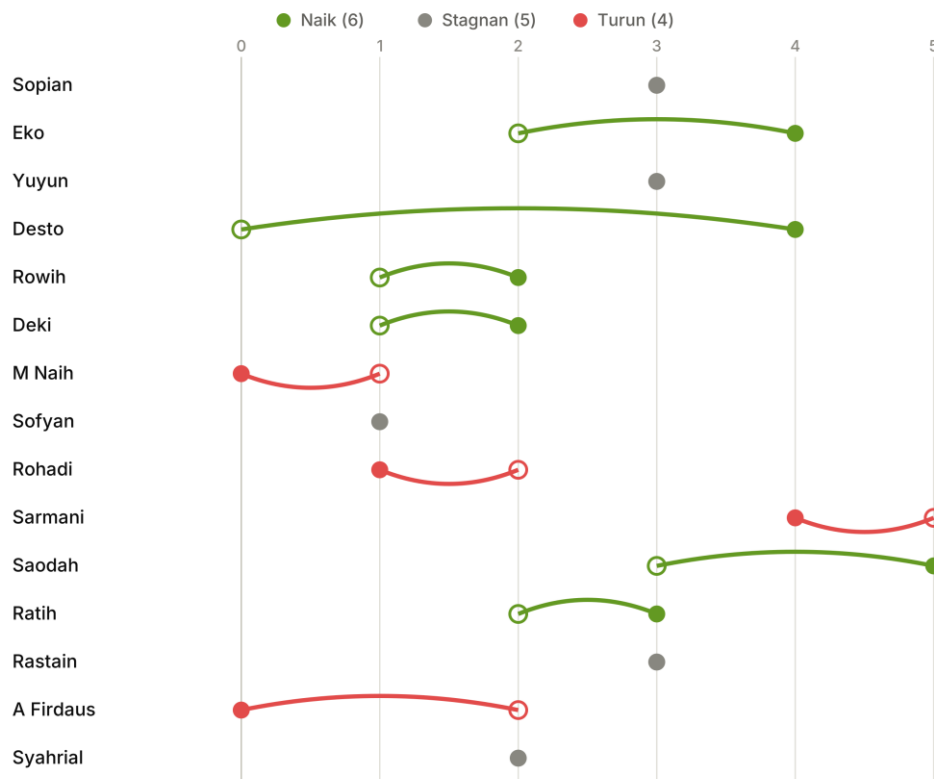
Tabel 2. Statistik Deskriptif Skor Pretest dan Posttest

Pengukuran	N	Minimum	Maximum	Mean	Std. Deviation
<i>Pretest</i>	15	0	5	2,07	1,22
<i>Posttest</i>	15	0	5	2,47	1,51

Catatan: rentang skor 0–5, N = jumlah peserta.

Berdasarkan Tabel 2, rerata skor peserta meningkat dari 2,07 (SD = 1,22) pada *pretest* menjadi 2,47 (SD = 1,51) pada *posttest*. Secara individual (Gambar 3), 6 peserta (40%) mengalami kenaikan skor, dengan kenaikan terbesar dari 0 menjadi 4, serta dari

2 menjadi 4 dan dari 3 menjadi 5, 5 peserta (33,3%) memperoleh skor yang sama, dan 4 peserta (26,7%) mengalami penurunan skor sebesar satu hingga dua poin.



Gambar 3. Kurva Perbandingan Skor Pretest dan Posttest per Peserta

Keterangan: lingkaran kosong = skor pretest, lingkaran penuh = skor posttest, hijau = naik, abu-abu = stagnan, merah = turun.

Pola peningkatan pemahaman setelah pelatihan juga dilaporkan oleh Antony dan Natalia (2023), yang mencatat kenaikan pemahaman pelaku UMKM dari 45,9% pada *pretest* menjadi 84,53% pada *posttest* setelah pelatihan penyusunan laporan keuangan sederhana, serta oleh Lucyanda et al. (2026) pada pelatihan perhitungan harga pokok produksi dan penetapan harga jual.

Meskipun demikian, perubahan skor antarpeserta tidak seragam. Sebagian peserta mengalami kenaikan yang cukup besar, tetapi sebagian lainnya memperoleh skor yang sama atau sedikit menurun. Pola ini dapat dipahami mengingat materi yang disampaikan cukup padat, mencakup perencanaan, keuangan, pengendalian biaya, dan pemasaran dalam satu hari pelatihan, sementara latar belakang dan pengalaman usaha peserta beragam. Rentang skor instrumen yang sempit (0–5) juga membuat perbedaan satu poin cukup berpengaruh terhadap gambaran perubahan individual. Kondisi tersebut mengindikasikan bahwa pelatihan singkat lebih tepat

dipandang sebagai tahap awal pembentukan pemahaman, yang perlu diperkuat melalui pendampingan agar keterampilan manajemen usaha, termasuk upaya menjaga hubungan dengan pelanggan sebagai strategi pemasaran berkelanjutan (Tjiptono, 2021), benar-benar terinternalisasi. Hal ini sejalan dengan Bangsawan et al. (2026) yang menekankan bahwa pelatihan perlu disertai pendampingan penggunaan aplikasi keuangan digital agar pelaku UMKM mampu menyusun laporan arus kas dan laba rugi secara mandiri.

B. Tersusunnya Dokumen Perencanaan Usaha dan Catatan Keuangan

Sebagai luaran konkret, setiap peserta pelatihan berhasil menghasilkan dokumen perencanaan usaha sederhana, catatan keuangan yang terpisah antara keuangan pribadi dan usaha, serta strategi penetapan harga jual yang lebih kompetitif. Peserta juga diperkenalkan pada aplikasi pencatatan keuangan digital seperti BukuKas dan Majoo, serta *spreadsheet* untuk perencanaan anggaran dan pemantauan arus kas, sehingga pencatatan transaksi dapat dilakukan secara lebih akurat dan efisien.

Terbentuknya luaran konkret pada setiap peserta menunjukkan bahwa pelatihan berbasis praktik mampu menjembatani pemahaman konseptual dengan keterampilan yang dapat langsung digunakan dalam usaha. Kerangka POAC memberikan landasan bahwa pengelolaan usaha yang baik dimulai dari perencanaan dan diakhiri dengan pengendalian (Ayu & Nawawi, 2024), dalam kegiatan ini, fungsi perencanaan diwujudkan melalui penyusunan rencana usaha sederhana dengan *Business Model Canvas* dan *SMART Goal* (Sulastris et al., 2022, Prasetyo, 2024), sedangkan fungsi pengendalian diwujudkan melalui pencatatan keuangan yang terpisah dan perhitungan HPP sebagai dasar harga jual (Bangun et al., 2023). Temuan ini sejalan dengan kegiatan serupa yang menunjukkan bahwa pelatihan pencatatan keuangan berbasis digital dan penguatan bauran pemasaran dapat meningkatkan kapasitas pengelolaan serta penjualan UMKM (Desfiandi et al., 2024, Rahmawati et al., 2023).

C. Pemanfaatan Media Digital untuk Promosi Usaha

Dalam upaya memberikan dukungan berkelanjutan, tim pengabdian juga membagikan akun Canva Premium secara gratis kepada seluruh peserta, yang dapat digunakan untuk mendukung pengembangan usaha, seperti membuat desain kemasan produk yang lebih menarik, menyusun materi promosi digital, merancang konten media sosial, serta mengembangkan bahan presentasi dan dokumentasi usaha

secara lebih profesional. Pemanfaatan Canva sebagai media pembuatan konten promosi sebelumnya juga terbukti meningkatkan pemahaman pelaku UMKM tentang desain konten digital dan mengurangi ketergantungan pada jasa desain eksternal (Muttaqin et al., 2025). Peserta juga menyambut positif pemberian akun Canva gratis tersebut, karena dinilai akan sangat membantu mereka dalam memvisualisasikan *brand* usaha dan memperluas jangkauan pemasaran secara daring.

D. Dampak Kegiatan terhadap Pengelolaan dan Penjualan Usaha

Dampak kegiatan pengabdian ini dapat diklasifikasikan ke dalam tiga rentang waktu. Dalam jangka pendek, kegiatan ini meningkatkan rerata pemahaman peserta mengenai perencanaan usaha, pencatatan keuangan, pengendalian biaya, dan penetapan harga jual, menghasilkan dokumen perencanaan usaha dan catatan keuangan yang terpisah bagi setiap peserta, serta memperkenalkan peserta pada aplikasi pencatatan keuangan digital dan media desain promosi.

Dalam jangka menengah, penerapan pencatatan keuangan yang terpisah dan perhitungan HPP yang lebih tepat berpotensi membantu pelaku UMKM mengetahui keuntungan usaha secara lebih akurat serta menetapkan harga jual yang kompetitif tanpa mengorbankan margin keuntungan (Bangun et al., 2023, Lucyanda et al., 2026). Bersamaan dengan penerapan bauran pemasaran dan pemanfaatan konten promosi digital, hal ini berpotensi mendorong peningkatan penjualan sebagaimana ditunjukkan pada program pelatihan sejenis (Rahmawati et al., 2023), sekaligus memperluas jangkauan promosi produk mitra (Muttaqin et al., 2025).

Adapun dalam jangka panjang, kegiatan ini diharapkan menumbuhkan kebiasaan pengelolaan usaha yang terencana dan terdokumentasi di kalangan pelaku UMKM Pondok Bambu, memperkuat keberlanjutan usaha mitra, serta menghasilkan modul pelatihan manajemen usaha yang dapat direplikasi pada program pengabdian di wilayah lain. Dampak jangka menengah dan panjang tersebut belum diukur dalam kegiatan ini sehingga perlu dikonfirmasi melalui evaluasi lanjutan pada program berikutnya.

E. Analisis Keberhasilan dan Tantangan Pelaksanaan

Keberhasilan kegiatan ini tidak terlepas dari pendekatan partisipatif yang melibatkan mitra sejak tahap sosialisasi, serta kombinasi antara penyampaian materi dan praktik langsung yang memungkinkan peserta menghasilkan dokumen yang dapat segera digunakan dalam usahanya (Qomar et al., 2022). Selama pelaksanaan kegiatan, peserta menunjukkan antusiasme yang tinggi dengan aktif bertanya,

berdiskusi, serta berbagi pengalaman mengenai pengelolaan usaha yang mereka jalankan. Sebagian besar peserta mengungkapkan bahwa materi yang diberikan sangat relevan dengan kebutuhan mereka, terutama dalam membantu menyusun strategi pengembangan usaha yang lebih terarah dan berkelanjutan.

Di sisi lain, hasil kegiatan ini juga perlu dilihat dengan mempertimbangkan beberapa keterbatasan. Pertama, jumlah peserta yang terlibat relatif kecil, yaitu 15 pelaku UMKM, sehingga hasil yang diperoleh belum cukup kuat untuk digeneralisasikan pada seluruh pelaku UMKM di wilayah Pondok Bambu maupun Jakarta Timur secara umum. Kedua, pelatihan hanya dilaksanakan dalam satu hari kegiatan, sehingga keterampilan manajemen usaha yang diperoleh peserta memerlukan pembiasaan dan penerapan berkelanjutan agar benar-benar terinternalisasi dalam pengelolaan usaha sehari-hari. Oleh karena itu, program lanjutan yang disertai pendampingan pascapelatihan perlu dipertimbangkan untuk memastikan keterampilan yang diperoleh diterapkan secara konsisten oleh mitra.

Kesimpulan

Kegiatan pengabdian masyarakat ini dilaksanakan dalam bentuk pelatihan penguatan manajemen usaha dengan tujuan utama meningkatkan pemahaman dan keterampilan pelaku UMKM di wilayah Pondok Bambu, Duren Sawit, Jakarta Timur, dalam mengelola usahanya secara lebih terencana, adaptif, dan berkelanjutan. Berdasarkan hasil *pretest* dan *posttest*, terjadi peningkatan rerata pemahaman peserta mengenai perencanaan usaha, pencatatan keuangan, pengendalian biaya, dan strategi penetapan harga jual. Kegiatan ini juga menghasilkan luaran konkret berupa dokumen perencanaan usaha sederhana, catatan keuangan yang terpisah antara keuangan pribadi dan usaha, serta strategi penetapan harga jual yang lebih kompetitif bagi setiap peserta.

Sebagai tindak lanjut, kegiatan ini menghasilkan modul pelatihan manajemen usaha yang akan didaftarkan sebagai Hak Kekayaan Intelektual (HKI) dan dapat digunakan sebagai bahan rujukan untuk direplikasi pada program pengabdian serupa di wilayah lain. Kegiatan pengabdian masyarakat selanjutnya sebaiknya diarahkan pada perluasan jumlah peserta, penyelenggaraan pendampingan pascapelatihan untuk memastikan konsistensi penerapan pencatatan keuangan, perencanaan usaha, dan strategi penjualan, penggunaan instrumen evaluasi yang lebih beragam untuk memperkaya gambaran dampak pelatihan, serta kolaborasi dengan program pemerintah daerah seperti Jakpreneur untuk memperkuat

keberlanjutan dampak pelatihan bagi peningkatan daya saing UMKM di Jakarta Timur.

Pengakuan/Acknowledgements

Tim pengabdian mengucapkan terima kasih kepada Universitas Negeri Jakarta, khususnya Fakultas Psikologi yang telah mendukung pelaksanaan kegiatan ini. Kepada Rochmatul Abi selaku Ketua RT 001 RW 012 Kelurahan Pondok Bambu atas dukungan dan fasilitasi kegiatan, serta kepada seluruh pelaku UMKM Pondok Bambu yang telah berpartisipasi aktif dalam pelatihan.

Daftar Referensi

- Al Farisi, S., & Fasa, M. I. (2022). Peran UMKM (Usaha Mikro Kecil Menengah) dalam meningkatkan kesejahteraan masyarakat. *Jurnal Dinamika Ekonomi Syariah*, 9(1), 73–84. <https://doi.org/10.53429/jdes.v9iNo.1.307>
- Antony, A., & Natalia, N. (2023). Meningkatkan pemahaman dan keterampilan UMKM desa wisata melalui pelatihan penyusunan laporan keuangan sederhana. *JMM (Jurnal Masyarakat Mandiri)*, 7(6), 5981–5988. <https://doi.org/10.31764/jmm.v7i6.19399>
- Ayu, S. S., & Nawawi, Z. M. (2024). Penerapan *planning, organizing, actuating, and controlling* (POAC) dalam manajemen bisnis Islam. *Jurnal Ekonomi, Bisnis dan Manajemen (EBISMEN)*, 3(1), 1–10.
- Bangsawan, S., Mahrinasari, MS, Febrian, A., Febrianto, I., Nugroho, D., Nama, G. F., Pramudiyanto, K. N. P., & Pahlawan, P. N. M. (2026). Optimalisasi pengelolaan keuangan UMKM melalui pelatihan dan pendampingan penggunaan aplikasi keuangan digital. *I-Com: Indonesian Community Journal*, 6(3), 1185–1196. <https://doi.org/10.70609/icom.v6i3.10975>
- Bangun, N., Natsir, K., & Ngadiman, N. (2023). Pelatihan penentuan harga pokok produksi pada kelompok UMKM di Kelapa Dua Tangerang. *Jurnal Bakti Masyarakat Indonesia*, 6(2), 321–328.
- Desfiandi, A., Magdalena, B., Nugroho, R., & Suwandi. (2024). Pelatihan pengelolaan keuangan berbasis digital menggunakan aplikasi Buku Warung di UMKM Vista Abadi Desa Banjar Negeri Kecamatan Way Lima. *Jurnal Pengabdian Masyarakat Tapis Berseri (JPMTB)*, 3(2), 141–147. <https://doi.org/10.36448/jpmtb.v3i2.110>
- Dinas Perindustrian, Perdagangan, Koperasi, Usaha Kecil, dan Menengah Provinsi DKI Jakarta. (2024). *Data jumlah Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah (UMKM) Provinsi DKI Jakarta*. Pemerintah Provinsi DKI Jakarta.

- Lucyanda, J., Pratiwi, M. W., Hatta, H., Hasbie, R. M., Asa, S. N., & Mubarok, K. N. (2026). Pelatihan perhitungan harga jual untuk pelaku usaha mikro kecil dan menengah "My Cheese". *Indonesian Journal for Social Responsibility*, 8(01), 88–102. <https://doi.org/10.36782/ijsr.v8i01.500>
- Muttaqin, M. Z., Kumalasari, C., Syahminan, M., Rizal, I., Rasyid, T. W., & Nabilah, A. (2025). Pelatihan digital marketing untuk UMKM melalui konten promosi menggunakan Canva di Pekanbaru. *Jurnal Pengabdian Masyarakat Manage*, 6(1), 137–150. <https://doi.org/10.32528/manage.v6i1.2808>
- Pamuji, R. S. S., Saparinda, R. W., Rusdiana, A., & Musabaqoh, T. S. (2025). Penguatan UMKM melalui pemisahan keuangan pribadi dan modal usaha: Pemberdayaan masyarakat di Desa Juntinyuat, Kec. Juntinyuat Kab. Indramayu, Provinsi Jawa Barat. *Abdimas Galuh*, 7(1), 114–121. <https://doi.org/10.25157/ag.v7i1.16398>
- Prasetyo, M. H. (2024). Peningkatan *business value* melalui implementasi konsep SMART Goal pada UMKM "Ngabotram". *ARDHI: Jurnal Pengabdian Dalam Negeri*, 2(5), 81–88. <https://doi.org/10.61132/ardhi.v2i5.737>
- Qomar, M. N., Karsono, L. D. P., Aniqoh, F. Z., Aini, C. N., & Anjani, Y. (2022). Peningkatan kualitas UMKM berbasis digital dengan metode Participatory Action Research (PAR). *Community Development Journal: Jurnal Pengabdian Masyarakat*, 3(1), 74–81. <https://doi.org/10.31004/cdj.v3i1.3494>
- Rahmawati, M., Pratiwi, S. R., Lestary, T. T., & Waluyo, M. B. (2023). Peningkatan penjualan melalui pelatihan strategi pengembangan bauran pemasaran. *BEGAWI: Jurnal Pengabdian Kepada Masyarakat*, 1(1), 30–37.
- Sulastri, S., Adam, M., Saftiana, Y., Nailis, W., & Putri, Y. H. (2022). Pelatihan dan pendampingan penyusunan rencana bisnis model kanvas bagi Usaha Mikro Kecil dan Menengah. *JMM (Jurnal Masyarakat Mandiri)*, 6(1), 121–130. <https://doi.org/10.31764/jmm.v6i1.6120>
- Tjiptono, F. (2021). *Strategi pemasaran* (5th ed.). Andi.