

## Integrasi manajemen stok, pembukuan digital, dan pemasaran untuk penguatan UMKM Enbal Semprong di Ohoi Namar

Burhanuddin Rabbani Rumagesan, Marthen Requelme Snekubun,  
Merlin Gress Pidode, Irene Dafota Tarantein, Miroslav Bonitho Popena,  
Zaskia N. K. Banyal, Marsya Carolina Efruan, Jordi Luther Sauyai,  
Julius Wilhelmus Ngarbingan, Tasyah Achmad Badmas, Maria Sisilia Rahayaan,  
Michael Gerits Kriswanto Remetwa\*

Politeknik Perikanan Negeri Tual, Maluku Tenggara, Maluku, Indonesia

\*Author korespondensi: [michael.remetwa@polikant.ac.id](mailto:michael.remetwa@polikant.ac.id)

DOI: <https://doi.org/10.65881/creative.v1i4.207>

### INFO ARTIKEL

#### History:

Submit: 25-09-2026

Revisi: 30-09-2026

Diterima: 01-10-2026

Terbit: 07-10-2026

#### Kata kunci:

umkm;  
manajemen stok;  
pembukuan digital;  
pemasaran digital;  
enbal semprong.

### ABSTRAK

**Tujuan:** untuk meningkatkan kapasitas dan keberlanjutan UMKM Audin Snack melalui integrasi manajemen stok kemasan berbasis reorder point, pembukuan digital, dan pemasaran digital, serta memperkuat kapasitas kelembagaan mitra untuk mendukung pengembangan usaha pangan lokal berbasis enbal di Ohoi Namar.

**Metode:** menggunakan pendekatan partisipatif melalui tahapan pemetaan kondisi awal, pelatihan dan pendampingan manajemen stok berbasis reorder point, pembukuan digital, serta pemasaran digital. Evaluasi dilakukan dengan membandingkan kondisi sebelum dan sesudah program melalui *pre-test* dan *post-test*, observasi, dokumentasi, serta data produksi, pembukuan, dan aktivitas pemasaran mitra.

**Hasil:** menunjukkan kapasitas produksi Audin Snack meningkat 50%, dari 1.000 menjadi 1.500 pcs/bulan, disertai perbaikan pengelolaan stok, pembukuan digital, dan pemasaran melalui Instagram. Program juga memperkuat keberlanjutan usaha melalui keterlibatan BUMO dan kader lokal.

**Kesimpulan:** integrasi manajemen stok, pembukuan digital, dan pemasaran digital efektif memperkuat kapasitas pengelolaan dan keberlanjutan UMKM Audin Snack serta berpotensi menjadi model pemberdayaan UMKM pangan lokal di wilayah kepulauan.

**Kontribusi:** berupa pengembangan model pemberdayaan UMKM pangan lokal yang mengintegrasikan manajemen stok, pembukuan digital, dan pemasaran digital serta dapat direplikasi pada UMKM di wilayah kepulauan.



Artikel akses terbuka di bawah lisensi CC-BY-SA.



## **Pendahuluan**

Usaha mikro, kecil, dan menengah (UMKM) memiliki posisi strategis dalam perekonomian Indonesia karena berkontribusi sekitar 61% terhadap produk domestik bruto dan menyerap lebih dari 97% tenaga kerja nasional (Wati et al., 2024). Peran tersebut semakin penting di wilayah kepulauan seperti Kabupaten Maluku Tenggara, yang memiliki keterbatasan akses terhadap industri besar, rantai pasok, dan infrastruktur ekonomi formal (Usman & Sam, 2026). Dalam konteks tersebut, pengembangan UMKM berbasis potensi pangan lokal tidak hanya berorientasi pada peningkatan pendapatan, tetapi juga pada penguatan ekonomi masyarakat dan keberlanjutan produk yang memiliki nilai budaya (Rahmawati et al., 2025). Salah satu komoditas pangan lokal yang potensial adalah enbal, yaitu pangan olahan berbahan dasar singkong yang menjadi bagian dari kehidupan masyarakat Kepulauan Kei dan telah dikembangkan menjadi berbagai produk bernilai tambah (Tuarita & Nara, 2022). Salah satu usaha yang memanfaatkan potensi tersebut adalah Rumah Produksi Audin Snack di Ohoi Namar, Kecamatan Manyeuw, Kabupaten Maluku Tenggara, yang mengolah enbal menjadi produk semprong sebagai salah satu oleh-oleh khas daerah. Dengan kapasitas produksi awal sekitar 1.000 pcs per bulan, Audin Snack memiliki peluang untuk berkembang dari pasar lokal menuju pasar yang lebih luas. Namun, peluang tersebut belum sepenuhnya didukung oleh kapasitas manajemen usaha yang memadai, sehingga diperlukan intervensi yang tidak hanya meningkatkan produksi, tetapi juga memperkuat sistem pengelolaan usaha secara menyeluruh.

Hasil survei pendahuluan yang dilakukan tim pelaksana pada Maret 2026 menunjukkan bahwa perkembangan Audin Snack menghadapi tiga persoalan utama yang saling berkaitan. Pertama, pengelolaan persediaan kemasan belum dilakukan secara sistematis. Kemasan produk masih dipesan dari Pulau Jawa dengan waktu tunggu sekitar 30–45 hari dan belum disertai mekanisme pengaman stok, sehingga ketika persediaan habis, proses produksi harus dihentikan sementara. Kondisi ini berisiko menimbulkan keterlambatan pemenuhan pesanan, kehilangan peluang penjualan, dan menurunnya kepercayaan konsumen. Kedua, sistem pembukuan masih dilakukan secara manual dan sebagian bergantung pada ingatan pemilik usaha. Kondisi tersebut menyebabkan informasi mengenai arus kas, biaya, pendapatan, dan keuntungan belum terdokumentasi secara konsisten sehingga belum dapat menjadi dasar pengambilan keputusan usaha secara akurat. Padahal, pembukuan yang baik penting bagi UMKM untuk mengetahui kondisi keuangan sekaligus mempersiapkan kebutuhan administrasi bagi pengembangan usaha dan akses pembiayaan (Istanti et al., 2020; Legina & Sofia, 2020). Ketiga, pemasaran masih didominasi penjualan langsung di sekitar desa sehingga jangkauan konsumen dan serapan produk relatif terbatas. Ketiga persoalan tersebut membentuk rantai kendala yang saling memengaruhi: keterlambatan kemasan menghambat kontinuitas produksi, lemahnya pembukuan membatasi kemampuan pengelolaan dan evaluasi usaha, sedangkan keterbatasan pemasaran menyebabkan peningkatan kapasitas produksi belum diikuti perluasan pasar.

Berbagai penelitian sebelumnya menunjukkan bahwa masing-masing persoalan tersebut dapat ditangani melalui pendekatan manajerial dan digital yang relatif sederhana. Dalam pengelolaan persediaan, penerapan safety stock dan reorder point dapat membantu usaha menentukan batas persediaan minimum dan waktu pemesanan kembali sehingga risiko kekurangan stok dapat ditekan (Aziz et al., 2025; Brahmantyo et al., 2023). Pendekatan tersebut juga telah diterapkan pada UMKM untuk mengoptimalkan persediaan melalui

kombinasi economic order quantity, safety stock, dan reorder point (Itsna R. et al., 2023), sementara pendampingan metode reorder point pada UMKM berbasis bahan baku lokal menunjukkan manfaat dalam memperbaiki sistem pasokan (Misbah H. et al., 2026). Pada aspek keuangan, digitalisasi pembukuan dapat menjadi alternatif untuk mengurangi keterbatasan sistem manual. Pelatihan digital accounting dilaporkan dapat meningkatkan kemampuan pengelolaan keuangan UMKM (Sari & Hariri, 2024), sedangkan penggunaan aplikasi pembukuan digital seperti BukuWarung maupun aplikasi berbasis mobile membantu pelaku usaha mencatat transaksi dan menyusun informasi keuangan secara lebih praktis (Febriansyah et al., 2024; Yahyasari & As'ari, 2024). Ayuningtyas & Utomo (2023) juga menunjukkan bahwa pendampingan pembukuan digital dapat meningkatkan literasi keuangan UMKM. Di sisi pemasaran, pemanfaatan marketplace dan media sosial berpotensi memperluas jangkauan konsumen (Nurhakim et al., 2023) dan memperkuat kapasitas pemasaran digital UMKM (Yunus & Arief, 2023). Pendekatan yang menggabungkan digitalisasi laporan keuangan dan strategi pemasaran juga telah diterapkan untuk meningkatkan kapasitas pengelolaan UMKM (Andari et al., 2024).

Meskipun berbagai studi tersebut menunjukkan efektivitas intervensi pada masing-masing aspek, masih terdapat ruang pengembangan dalam penerapannya pada UMKM pangan lokal di wilayah kepulauan. Literatur yang ada cenderung membahas manajemen persediaan, pembukuan digital, dan pemasaran digital sebagai intervensi yang berdiri sendiri, sehingga belum banyak menggambarkan bagaimana ketiganya dapat diintegrasikan untuk mengatasi persoalan usaha yang saling berkaitan. Padahal, pada konteks Audin Snack, peningkatan pemasaran tanpa menjamin ketersediaan kemasan berpotensi meningkatkan permintaan yang tidak dapat dipenuhi, sementara digitalisasi pembukuan tanpa dukungan peningkatan kapasitas pasar dan pengendalian persediaan belum tentu menghasilkan perubahan usaha yang berkelanjutan. Selain itu, konteks kepulauan memiliki karakteristik logistik yang berbeda dengan wilayah perkotaan atau daratan, terutama terkait jarak pasokan, waktu tunggu, dan ketergantungan terhadap pemasok dari luar daerah. Dimensi kelembagaan juga penting karena keberlanjutan program pemberdayaan tidak hanya bergantung pada kemampuan pelaku usaha, tetapi juga pada dukungan kelembagaan lokal. Dalam konteks ini, penguatan kapasitas manajemen pada badan usaha desa telah menunjukkan pentingnya tata kelola, literasi keuangan, dan sistem pemasaran dalam mendukung keberlanjutan kelembagaan ekonomi desa (Cokorda et al., 2023; Wuryandini et al., 2024). Oleh karena itu, kebaruan program ini terletak pada integrasi tiga intervensi, manajemen stok kemasan berbasis reorder point, pembukuan digital, dan pemasaran digital, dalam satu model pemberdayaan UMKM pangan lokal kepulauan yang dilaksanakan melalui PPK Ormawa dengan melibatkan mahasiswa perguruan tinggi vokasi serta Pemerintah Ohoi Namar dan Badan Usaha Milik Ohoi (BUMO) sebagai mitra pendukung keberlanjutan program.

Berdasarkan permasalahan dan kesenjangan tersebut, program PPK Ormawa UKM Kewirausahaan Politeknik Perikanan Negeri Tual dirancang untuk memperkuat kapasitas manajerial dan keberlanjutan usaha Audin Snack melalui tiga intervensi yang saling terintegrasi, yaitu pendampingan penentuan reorder point dan pengelolaan stok kemasan, pelatihan pembukuan digital, serta pelatihan pemasaran digital. Pengabdian ini bertujuan untuk mendokumentasikan secara sistematis proses pelaksanaan program, menganalisis perubahan kapasitas pengelolaan usaha dan dampak intervensi terhadap kontinuitas produksi serta pengembangan pasar, dan mengidentifikasi faktor kelembagaan yang

mendukung keberlanjutan program di tingkat mitra. Kontribusi yang diharapkan bukan hanya berupa peningkatan kapasitas teknis Audin Snack dalam mengelola persediaan, keuangan, dan pemasaran, tetapi juga menghasilkan model pemberdayaan terintegrasi yang sesuai dengan karakteristik UMKM pangan lokal di wilayah kepulauan. Model tersebut diharapkan dapat menjadi referensi bagi replikasi program pemberdayaan UMKM berbasis pangan lokal di Maluku dan wilayah kepulauan lainnya, memperkuat bukti empiris mengenai peran PPK Ormawa dalam transfer pengetahuan dan penguatan kapasitas organisasi kemahasiswaan, serta memberikan masukan praktis bagi pemerintah desa, pemerintah daerah, dan lembaga pembangunan dalam merancang intervensi UMKM yang lebih terpadu, kontekstual, dan berkelanjutan.

## **Metode**

Program pengabdian kepada masyarakat ini menggunakan pendekatan partisipatif dengan prinsip *learning by doing*, yaitu menempatkan mitra sebagai pelaku utama dalam proses identifikasi masalah, perancangan solusi, pelaksanaan intervensi, hingga evaluasi hasil. Mitra yang terlibat meliputi pemilik dan pekerja Audin Snack, Pemerintah Ohoi Namar, Badan Usaha Milik Ohoi (BUMO), dosen pendamping, serta 10 mahasiswa anggota tim pelaksana UKM Kewirausahaan Politeknik Perikanan Negeri Tual. Pendekatan partisipatif dipilih karena karakteristik UMKM di wilayah kepulauan tidak hanya dipengaruhi oleh aspek teknis usaha, tetapi juga oleh kondisi sosial, keterbatasan akses logistik, tingkat literasi digital, serta kapasitas kelembagaan lokal. Program dilaksanakan sejak penandatanganan kontrak pada Juni 2026 hingga pelaksanaan lokakarya dan evaluasi akhir pada tahun 2026. Seluruh tahapan dirancang secara bertahap agar setiap intervensi dapat disesuaikan dengan kebutuhan dan kemampuan mitra.

Tahap pertama adalah persiapan dan pemetaan kondisi awal. Kegiatan diawali dengan koordinasi internal antara tim mahasiswa dan dosen pendamping, dilanjutkan dengan audiensi kepada Wakil Direktur Bidang Kemahasiswaan, Alumni, dan Kerja Sama untuk memperoleh dukungan institusional serta memastikan kesiapan teknis program. Selanjutnya dilakukan sosialisasi kepada pemilik dan pekerja Audin Snack serta koordinasi dengan Pemerintah Ohoi Namar dan BUMO. Pada tahap ini juga dilakukan pembahasan draf Nota Kesepahaman sebagai dasar penguatan kemitraan dan keberlanjutan program. Kondisi awal mitra dipetakan melalui observasi lapangan, wawancara, dokumentasi usaha, dan *pre-test*. Instrumen *pre-test* digunakan untuk mengidentifikasi tingkat pemahaman mitra dalam tiga bidang utama, yaitu manajemen persediaan, literasi keuangan dan pembukuan, serta pemanfaatan media digital untuk pemasaran. Hasil pemetaan tersebut digunakan sebagai dasar dalam menentukan materi pendampingan, tingkat kedalaman pelatihan, dan bentuk dukungan yang diberikan kepada mitra.

Tahap kedua merupakan intervensi manajemen stok kemasan. Intervensi difokuskan pada penyelesaian persoalan ketidaktersediaan kemasan yang selama ini berpotensi menghentikan proses produksi. Tim melakukan perhitungan kebutuhan persediaan dengan mempertimbangkan volume produksi, rata-rata kebutuhan kemasan, waktu tunggu (*lead time*) pengiriman dari Pulau Jawa, variasi kebutuhan, serta tingkat layanan yang diharapkan. Berdasarkan data tersebut ditentukan *safety stock* dan *reorder point* sebagai dasar sistem pemesanan kembali kemasan. Secara konseptual, titik pemesanan kembali ditentukan berdasarkan kebutuhan selama *lead time* dan persediaan pengaman, sehingga pemesanan dapat dilakukan sebelum stok mencapai kondisi kritis. Penerapan sistem

tersebut mengacu pada pendekatan manajemen persediaan yang telah digunakan pada UMKM untuk menekan risiko kekurangan stok (Brahmantyo et al., 2023; Itsna R. et al., 2023; Misbah H. et al., 2026). Selain perhitungan, tim memberikan pelatihan dan simulasi pencatatan stok agar mitra mampu memantau persediaan secara mandiri. Untuk mengantisipasi gangguan pasokan, tim juga menyusun strategi kontinjensi kemasan yang mencakup pengaturan stok pengaman dan perencanaan pemesanan lebih awal. Implementasi intervensi diperkuat melalui penyerahan 1.500 unit kemasan pada kegiatan lokakarya sebagai stimulus awal penerapan sistem persediaan.

Tahap ketiga adalah digitalisasi pembukuan usaha. Intervensi ini dirancang untuk mengubah praktik pencatatan yang sebelumnya dilakukan secara manual dan bergantung pada ingatan pemilik menjadi pencatatan yang lebih sistematis dan terdokumentasi. Tim mengembangkan dashboard pembukuan berbasis aplikasi ponsel dengan mempertimbangkan kemampuan literasi digital mitra. Dashboard mencakup pencatatan pemasukan dan pengeluaran harian, pemantauan arus kas, serta penyusunan ringkasan laporan keuangan bulanan. Pelaksanaan pendampingan dilakukan dalam dua sesi. Sesi pertama pada Juli 2026 difokuskan pada pengenalan konsep dasar pembukuan, pengenalan dashboard, dan praktik pencatatan transaksi. Sesi kedua pada Agustus 2026 dilakukan untuk mengevaluasi penggunaan dashboard sekaligus memperbaiki fitur berdasarkan umpan balik mitra. Salah satu penyesuaian yang dilakukan adalah penambahan fitur pencatatan luring untuk mengakomodasi transaksi yang tidak dapat dicatat secara langsung ketika koneksi internet terbatas. Setiap sesi menggunakan metode demonstrasi, praktik langsung, dan pendampingan individual sehingga mitra tidak hanya memahami fungsi dashboard, tetapi juga mampu menggunakannya dalam aktivitas usaha sehari-hari.

Tahap keempat adalah penguatan pemasaran digital. Intervensi ini diarahkan untuk memperluas jangkauan pasar Audin Snack dari konsumen di sekitar Ohoi Namar menuju konsumen di luar wilayah desa. Materi pelatihan meliputi pengenalan strategi pemasaran melalui media sosial, teknik menghasilkan foto dan video produk yang menarik, penyusunan narasi produk yang menonjolkan identitas enbal sebagai pangan lokal Kepulauan Kei, interaksi dengan konsumen, serta pengelolaan konten secara konsisten. Tim bersama mitra membentuk akun Instagram resmi Audin Snack sebagai salah satu kanal pemasaran digital dan melakukan pendampingan dalam pembuatan serta pengunggahan konten. Selain itu, disusun kalender konten dan jadwal publikasi untuk membantu mitra mempertahankan konsistensi komunikasi pemasaran. Pendekatan tersebut didasarkan pada temuan bahwa pemanfaatan media sosial, marketplace, dan aplikasi digital dapat meningkatkan kapasitas pemasaran serta memperluas jangkauan konsumen UMKM (Febriansyah et al., 2024; Nurhakim et al., 2023; Yunus & Arief, 2023). Dengan demikian, pemasaran digital tidak hanya diposisikan sebagai kegiatan promosi, tetapi sebagai kemampuan baru yang diharapkan dapat dikelola secara mandiri oleh mitra setelah program berakhir.

Tahap kelima adalah penguatan keberlanjutan dan konsolidasi hasil program yang dilaksanakan melalui lokakarya. Lokakarya menjadi ruang untuk mengintegrasikan hasil ketiga intervensi sekaligus memperkuat kelembagaan pendukung di tingkat lokal. Kegiatan mencakup penuntasan pelatihan manajemen stok kemasan, serah terima 1.500 unit kemasan, pemberian stimulus peralatan produksi sederhana untuk mendukung kapasitas pengolahan Audin Snack, pembentukan kelompok wirausaha baru berbasis petani enbal bersama BUMO, serta penetapan kader lokal sebagai pendamping mandiri pascaprogram.

Keterlibatan Pemerintah Ohoi Namar dan BUMO diarahkan untuk memastikan bahwa pengetahuan, sistem, dan praktik yang telah diperkenalkan tidak berhenti setelah kegiatan mahasiswa selesai. Tahap ini kemudian ditutup dengan evaluasi bersama Kepala Ohoi Namar, pengurus BUMO, pemilik usaha, dosen pendamping, dan pimpinan UKM Kewirausahaan untuk mengidentifikasi capaian, kendala, serta kebutuhan tindak lanjut program.

Evaluasi keberhasilan program dilakukan dengan membandingkan kondisi baseline sebelum intervensi dengan kondisi akhir setelah seluruh rangkaian program selesai. Indikator evaluasi dikelompokkan ke dalam empat aspek, yaitu (1) aspek produksi dan persediaan, yang meliputi volume produksi bulanan dan ketersediaan stok kemasan; (2) aspek keuangan, yang meliputi keteraturan pencatatan transaksi, kelengkapan informasi pemasukan dan pengeluaran, serta kemampuan menyusun ringkasan keuangan; (3) aspek pemasaran, yang meliputi keberadaan kanal digital, konsistensi publikasi konten, jangkauan, dan engagement media sosial; serta (4) aspek kapasitas dan keberlanjutan, yang meliputi perubahan pengetahuan dan keterampilan mitra serta kesiapan kader lokal dalam melanjutkan pendampingan. Data dikumpulkan melalui *pre-test* dan *post-test*, observasi, wawancara, logbook kegiatan, catatan produksi dan penjualan, catatan persediaan, dokumentasi pelaksanaan, serta data aktivitas media sosial. Data kuantitatif dianalisis secara deskriptif melalui perbandingan nilai sebelum dan sesudah intervensi, sedangkan data kualitatif dianalisis dengan mengidentifikasi perubahan pada pengetahuan, keterampilan, praktik pengelolaan usaha, dan kesiapan keberlanjutan. Hasil dari kedua jenis data tersebut digunakan secara bersama untuk menilai efektivitas program dan merumuskan pembelajaran yang dapat menjadi dasar replikasi model pemberdayaan UMKM pangan lokal pada konteks wilayah kepulauan lainnya.

## **Hasil dan pembahasan**

### *Persiapan dan pemetaan kondisi awal*

Tahap persiapan menghasilkan terbentuknya koordinasi antara tim pelaksana, dosen pendamping, Pemerintah Ohoi Namar, BUMO, dan mitra usaha Audin Snack. Koordinasi internal dan audiensi kelembagaan dilakukan sebelum kegiatan lapangan untuk memastikan kesiapan teknis dan dukungan institusional. Sosialisasi kepada mitra juga menghasilkan kesepahaman mengenai permasalahan utama yang akan ditangani, yaitu ketidakpastian ketersediaan kemasan, belum tertatanya pembukuan usaha, dan terbatasnya pemanfaatan media digital untuk pemasaran. Pada tahap ini dilakukan *pre-test* dan pemetaan kondisi awal yang digunakan sebagai dasar penyusunan materi dan bentuk pendampingan.

Hasil pemetaan menunjukkan bahwa persoalan mitra tidak berdiri sendiri, tetapi saling berhubungan dalam rantai pengelolaan usaha. Keterlambatan pasokan kemasan berpotensi menghentikan produksi, sementara belum adanya pencatatan keuangan menyebabkan pemilik usaha belum memiliki informasi yang memadai untuk mengevaluasi kinerja usaha. Pada saat yang sama, pemasaran yang masih mengandalkan penjualan langsung menyebabkan kemampuan produksi belum didukung oleh akses pasar yang lebih luas. Hasil identifikasi tersebut kemudian menjadi dasar penetapan tiga fokus intervensi, yaitu manajemen stok kemasan, pembukuan digital, dan pemasaran digital.

#### *Penerapan manajemen stok kemasan*

Intervensi manajemen stok menghasilkan sistem pengelolaan kemasan yang lebih terstruktur melalui penerapan konsep safety stock dan reorder point. Perhitungan dilakukan dengan mempertimbangkan kebutuhan kemasan, volume produksi, serta lead time pengiriman dari Pulau Jawa. Hasil pendampingan menunjukkan bahwa pemilik usaha dapat memahami konsep titik pemesanan kembali dan mulai menggunakannya sebagai dasar menentukan waktu pemesanan kemasan. Pendekatan ini mengubah pola pemesanan yang sebelumnya bersifat reaktif, yaitu melakukan pemesanan ketika stok hampir atau sudah habis, menjadi pola yang lebih antisipatif.

Implementasi sistem stok diperkuat melalui penyediaan 1.500 unit kemasan yang diserahterimakan pada kegiatan lokakarya. Ketersediaan kemasan tersebut mendukung peningkatan kapasitas produksi Audin Snack dari kondisi awal 1.000 pcs menjadi 1.500 pcs per bulan atau meningkat sebesar 50%. Selama periode pelaksanaan program, produksi tidak lagi mengalami penghentian yang disebabkan oleh kehabisan kemasan sebagaimana yang terjadi sebelum intervensi. Selain sistem pemesanan kembali, tim dan mitra juga menghasilkan strategi kontinjensi untuk menghadapi kemungkinan keterlambatan pasokan. Apabila kemasan utama belum tersedia, produk dapat menggunakan kemasan sementara berupa kantong lockzip bening dengan label produk. Setelah kemasan standar tersedia, produk dengan kemasan sementara akan ditarik dan diganti dengan kemasan resmi.

#### *Digitalisasi pembukuan usaha*

Intervensi pembukuan digital menghasilkan dashboard pembukuan berbasis aplikasi ponsel yang disesuaikan dengan kebutuhan dan kemampuan digital mitra. Dashboard tersebut mencakup pencatatan pemasukan, pengeluaran, pemantauan arus kas, dan ringkasan keuangan bulanan. Pendampingan dilakukan dalam dua sesi. Sesi pertama pada Juli 2026 berfokus pada pengenalan konsep pembukuan dan praktik pencatatan transaksi, sedangkan sesi kedua pada Agustus 2026 digunakan untuk mengevaluasi penggunaan dashboard dan melakukan penyempurnaan berdasarkan pengalaman mitra.

Hasil pendampingan menunjukkan adanya perubahan dari kondisi awal yang belum memiliki sistem pembukuan menjadi kemampuan melakukan pencatatan transaksi secara lebih teratur. Mitra mulai mampu mencatat transaksi harian, mengidentifikasi pemasukan dan pengeluaran, serta melihat ringkasan arus kas melalui dashboard. Penambahan fitur pencatatan luring juga membuat sistem lebih sesuai dengan kondisi operasional mitra yang tidak selalu memperoleh akses internet secara stabil. Dengan demikian, keluaran utama intervensi ini bukan hanya tersedianya perangkat pembukuan digital, tetapi juga terbentuknya praktik pencatatan keuangan yang dapat digunakan dalam kegiatan usaha sehari-hari.

#### *Penguatan pemasaran digital*

Pada tahap pemasaran, program menghasilkan kanal pemasaran digital baru melalui pembentukan akun Instagram resmi Audin Snack. Mitra mendapatkan pelatihan mengenai pembuatan konten, penyusunan informasi produk, teknik komunikasi dengan konsumen, dan penggunaan media sosial sebagai sarana promosi. Tim juga mendampingi mitra dalam menyusun kalender konten dan melakukan publikasi secara lebih terencana.

Intervensi tersebut menghasilkan peningkatan kapasitas mitra dalam menggunakan media digital untuk memperkenalkan produk. Sebelum program, pemasaran Audin Snack

lebih banyak mengandalkan penjualan langsung di sekitar desa, sedangkan setelah intervensi mitra memiliki kanal digital yang dapat digunakan untuk memperkenalkan produk enbal semprong kepada konsumen di luar wilayah Ohoi Namar. Namun, dampak pemasaran terhadap peningkatan penjualan belum dapat disimpulkan secara kuantitatif pada tahap ini karena kanal digital baru mulai dibangun dan periode observasi setelah intervensi masih relatif terbatas. Oleh karena itu, capaian pada aspek pemasaran dalam penelitian ini lebih tepat diposisikan sebagai peningkatan kapasitas dan pembukaan akses pasar baru.

#### *Penguatan keberlanjutan dan konsolidasi program*

Kegiatan lokakarya menjadi tahap konsolidasi seluruh intervensi sekaligus penguatan keberlanjutan program. Pada kegiatan tersebut dilakukan serah terima 1.500 unit kemasan, penuntasan Pelatihan Manajemen Stok Kemasan, pemberian stimulus peralatan produksi sederhana, pembentukan kelompok wirausaha baru berbasis 10 petani enbal bersama BUMO, serta penetapan kader lokal sebagai pendamping pascaprogram. Selain itu, dilakukan evaluasi bersama Pemerintah Ohoi Namar, pengurus BUMO, mitra usaha, dosen pendamping, dan pimpinan UKM Kewirausahaan.

Hasil kegiatan menunjukkan bahwa keberlanjutan program tidak hanya diarahkan pada kemampuan Audin Snack sebagai unit usaha, tetapi juga diperluas melalui penguatan ekosistem kelembagaan di tingkat ohoi. Nota Kesepahaman dengan Pemerintah Ohoi Namar menjadi dasar formal bagi keberlanjutan kemitraan, sedangkan BUMO berperan sebagai kelembagaan yang menghubungkan pengembangan usaha dengan potensi bahan baku lokal. Penetapan kader lokal memberikan mekanisme pendampingan setelah pendampingan intensif mahasiswa berakhir. Program juga menghasilkan roadmap pengembangan selama tiga tahun, yaitu tahun 2026 untuk penguatan sistem dasar usaha, tahun 2027 untuk pengembangan varian produk dan perluasan pasar regional Maluku–Papua, dan tahun 2028 untuk replikasi model ke ohoi lain di Kabupaten Maluku Tenggara.

#### *Perubahan kapasitas mahasiswa dan organisasi*

Program juga menghasilkan capaian pada sisi organisasi kemahasiswaan. Sepuluh mahasiswa anggota tim memperoleh pengalaman langsung dalam mengidentifikasi masalah UMKM, menghitung kebutuhan persediaan, mengembangkan dashboard pembukuan, menyusun strategi pemasaran digital, serta melakukan komunikasi dengan pemerintah desa dan pelaku usaha. Evaluasi akhir menunjukkan bahwa mahasiswa melaporkan peningkatan kompetensi teknis dan nonteknis, melampaui target minimal dua kompetensi baru per anggota.

Kompetensi teknis meliputi manajemen stok kemasan, pembukuan digital, dan pemasaran digital, sedangkan kompetensi nonteknis mencakup kepemimpinan, komunikasi publik, kerja tim, dan kemampuan beradaptasi terhadap perubahan kondisi lapangan. Pelaksanaan program sejak Juni 2026 hingga lokakarya juga memberikan pengalaman kepada UKM Kewirausahaan dalam mengelola program berbasis kemitraan, dokumentasi kegiatan, evaluasi berkala, dan koordinasi dengan pemangku kepentingan desa.

#### *Integrasi intervensi sebagai strategi mengatasi bottleneck UMKM*

Temuan utama program menunjukkan bahwa penguatan UMKM pangan di wilayah kepulauan lebih tepat dilakukan melalui pendekatan yang menangani beberapa titik kendala

secara simultan. Sebelum program, keterbatasan Audin Snack bukan hanya persoalan produksi, tetapi merupakan kombinasi antara persoalan pasokan, administrasi keuangan, dan akses pasar. Karena itu, intervensi yang hanya berfokus pada peningkatan produksi berpotensi tidak menghasilkan perubahan yang optimal apabila tidak disertai penguatan sistem persediaan dan pemasaran.

Penerapan reorder point menjadi penting karena karakteristik rantai pasok Audin Snack sangat dipengaruhi oleh lead time pengiriman dari luar daerah. Dalam kondisi seperti ini, persediaan tidak dapat dikelola hanya berdasarkan jumlah stok yang tersedia saat ini. Keputusan pemesanan harus mempertimbangkan waktu yang dibutuhkan sampai barang tiba serta kemungkinan variasi kebutuhan selama periode tersebut. Brahmantyo et al. (2023) menunjukkan bahwa kombinasi safety stock dan reorder point dapat digunakan untuk mengendalikan persediaan dan mengurangi risiko kekurangan stok. Hasil tersebut diperkuat oleh Itsna et al. (2023) yang menunjukkan bahwa penggunaan instrumen manajemen persediaan pada UMKM dapat membantu mengoptimalkan ketersediaan bahan dan biaya persediaan. Misbah et al. (2026) juga memperlihatkan bahwa penerapan reorder point pada UMKM berbasis bahan baku lokal dapat memperbaiki sistem pasokan.

Dalam konteks Audin Snack, pendekatan tersebut memiliki relevansi yang lebih kuat karena persoalan persediaan tidak hanya berkaitan dengan biaya penyimpanan, tetapi juga dengan risiko terhentinya kegiatan produksi. Dengan demikian, manfaat reorder point pada UMKM kepulauan perlu dilihat sebagai mekanisme perlindungan terhadap kontinuitas produksi. Penambahan strategi kontinjensi juga menunjukkan bahwa sistem persediaan yang baik tidak semata-mata mengandalkan perhitungan titik pemesanan kembali, tetapi perlu dilengkapi dengan rencana respons ketika terjadi gangguan pasokan. Hal ini penting karena reorder point dapat mengurangi risiko kehabisan stok, tetapi tidak sepenuhnya menghilangkan risiko keterlambatan pemasok.

Temuan tersebut sekaligus memperlihatkan bahwa stimulus 1.500 unit kemasan tidak seharusnya dipandang sebagai solusi utama, melainkan sebagai modal awal untuk menerapkan sistem pengelolaan persediaan yang baru. Tanpa perubahan perilaku pemesanan, kemasan bantuan berpotensi kembali habis dan persoalan lama muncul kembali. Sebaliknya, ketika bantuan fisik dipadukan dengan pengetahuan mengenai reorder point dan strategi kontinjensi, stimulus tersebut berfungsi sebagai jembatan menuju sistem pengelolaan stok yang lebih mandiri.

#### *Digitalisasi pembukuan sebagai penguatan kapasitas pengambilan keputusan*

Perubahan dari kondisi tanpa pembukuan menjadi pencatatan transaksi secara digital merupakan perubahan kelembagaan yang penting bagi usaha mikro. Pembukuan tidak hanya berfungsi sebagai dokumentasi transaksi, tetapi menyediakan informasi yang diperlukan untuk mengetahui posisi keuangan usaha, mengevaluasi biaya, menghitung hasil usaha, dan merencanakan pengembangan berikutnya. Istanti et al. (2020) menekankan pentingnya laporan keuangan bagi UMKM karena informasi keuangan menjadi dasar untuk memahami kondisi usaha, sedangkan Legina & Sofia (2020) menunjukkan bahwa penggunaan perangkat lunak pembukuan dapat menjadi alternatif terhadap keterbatasan sistem manual.

Keberhasilan dashboard pada Audin Snack juga menunjukkan bahwa digitalisasi pembukuan tidak harus dimulai dari sistem akuntansi yang kompleks. Bagi usaha yang sebelumnya belum memiliki sistem pencatatan, desain yang sederhana dan sesuai dengan

kemampuan pengguna justru lebih berpotensi diadopsi. Temuan ini konsisten dengan Ayuningtyas & Utomo (2023), yang menunjukkan bahwa pendampingan pembukuan digital dapat meningkatkan literasi keuangan UMKM. Yahyasari & As'ari (2024) juga menunjukkan manfaat pendampingan aplikasi BukuWarung bagi pelaku UMKM, sedangkan Andari et al. (2024) memperlihatkan bahwa digitalisasi laporan keuangan dapat dikombinasikan dengan strategi pemasaran dalam penguatan UMKM.

Hal yang menarik dari kasus Audin Snack adalah penyesuaian dashboard berdasarkan umpan balik mitra. Penambahan fitur pencatatan luring menunjukkan bahwa teknologi tidak diterapkan secara seragam, tetapi disesuaikan dengan kondisi infrastruktur dan kebiasaan pengguna. Pendekatan ini penting untuk konteks wilayah kepulauan karena keberhasilan transformasi digital tidak hanya ditentukan oleh kualitas aplikasi, tetapi juga oleh kesesuaian teknologi dengan lingkungan operasional pengguna. Dengan demikian, prinsip user-centered intervention menjadi salah satu pelajaran penting dari program ini.

#### *Pemasaran digital sebagai pembukaan akses pasar*

Pada aspek pemasaran, hasil program menunjukkan bahwa perubahan yang paling nyata pada tahap awal bukan peningkatan penjualan, melainkan terbentuknya kapasitas dan kanal pemasaran baru. Pembentukan akun Instagram memberikan Audin Snack media untuk memperkenalkan produk, identitas lokal, dan karakteristik enbal semprong kepada calon konsumen yang tidak terjangkau melalui penjualan langsung. Hal ini penting karena produk pangan lokal memiliki keunggulan diferensiasi yang dapat dikomunikasikan melalui cerita mengenai bahan baku, asal produk, proses pengolahan, dan identitas budaya.

Temuan tersebut sejalan dengan Nurhakim et al. (2023), yang menunjukkan bahwa penggunaan marketplace dan media sosial dapat meningkatkan kapasitas pemasaran UMKM. Yunus & Arief (2023) juga menunjukkan penerapan pemasaran digital sebagai sarana untuk memperkuat aktivitas promosi UMKM. Sementara itu, Febriansyah et al. (2024) memperlihatkan bahwa pemanfaatan aplikasi berbasis mobile dapat mendukung kinerja UMKM melalui penguatan kapasitas digital. Meskipun demikian, hasil program ini menunjukkan bahwa keberadaan akun media sosial saja belum cukup untuk menyimpulkan peningkatan penjualan. Diperlukan periode pengamatan yang lebih panjang serta indikator yang lebih terukur, seperti pertumbuhan jumlah pengikut, jangkauan konten, engagement rate, jumlah pertanyaan atau pesanan yang berasal dari media sosial, dan kontribusi penjualan digital terhadap omzet.

Dengan demikian, capaian pemasaran digital dalam program ini lebih tepat dipahami sebagai intermediate outcome, yaitu terbentuknya kemampuan dan infrastruktur pemasaran yang menjadi prasyarat bagi peningkatan penjualan pada tahap berikutnya. Pendekatan ini juga mencegah klaim dampak yang terlalu dini karena peningkatan produksi sebesar 50% belum otomatis berarti peningkatan omzet sebesar 50%. Produksi tambahan baru akan menghasilkan peningkatan omzet apabila produk tersebut benar-benar terserap pasar.

#### *Hubungan antara produksi, pembukuan, dan pemasaran*

Salah satu implikasi penting dari program adalah munculnya hubungan fungsional antara ketiga intervensi. Manajemen stok memastikan kemampuan produksi tetap tersedia, pembukuan menyediakan informasi mengenai kondisi keuangan usaha, sedangkan

pemasaran digital menciptakan peluang untuk memperluas permintaan. Ketiganya membentuk rantai penguatan yang lebih lengkap dibandingkan intervensi tunggal.

Secara konseptual, peningkatan kapasitas produksi tanpa perluasan pasar dapat menghasilkan persediaan produk jadi, sedangkan peningkatan pemasaran tanpa kesiapan produksi dapat menyebabkan ketidakmampuan memenuhi permintaan. Demikian pula, peningkatan penjualan tanpa pembukuan yang baik akan menyulitkan pemilik usaha mengetahui apakah pertumbuhan volume benar-benar menghasilkan peningkatan keuntungan. Oleh karena itu, integrasi ketiga intervensi menjadi relevan bagi UMKM seperti Audin Snack karena perubahan pada satu aspek dapat mendukung atau membatasi aspek lainnya

Pendekatan integratif tersebut memperluas praktik pengabdian yang umumnya memberikan satu bentuk intervensi pada satu persoalan. Andari et al. (2024), misalnya, memperlihatkan bahwa digitalisasi laporan keuangan dapat berjalan bersama strategi pemasaran, sedangkan berbagai studi manajemen persediaan lebih banyak menempatkan pengendalian stok sebagai fokus utama. Program Audin Snack mengembangkan pendekatan tersebut dengan menambahkan pengendalian stok sebagai fondasi kesinambungan produksi dan menghubungkannya dengan pembukuan serta pemasaran. Dengan demikian, kebaruan praktis program bukan semata-mata pada masing-masing teknologi atau metode yang digunakan, tetapi pada cara ketiganya dirangkai menjadi satu sistem penguatan usaha.

#### *Kelembagaan lokal dan keberlanjutan program*

Keberlanjutan merupakan aspek penting dalam program pemberdayaan karena perubahan yang hanya terjadi selama periode pendampingan belum dapat dikategorikan sebagai pemberdayaan yang berkelanjutan. Dalam konteks ini, pelibatan Pemerintah Ohoi Namar dan BUMO memberikan dimensi kelembagaan yang penting. Pemerintah ohoi berfungsi sebagai pemangku kepentingan yang memberikan dukungan formal, sedangkan BUMO dapat menjadi penghubung antara pengembangan usaha, potensi bahan baku lokal, dan pengembangan wirausaha baru.

Penguatan kelembagaan tersebut sejalan dengan Wuryandini et al. (2024), yang menunjukkan pentingnya tata kelola, literasi keuangan, dan sistem pemasaran dalam meningkatkan eksistensi badan usaha desa. Cokorda et al. (2023) juga menunjukkan bahwa peningkatan kapasitas manajemen pada BUM Desa dapat memperkuat kemampuan kelembagaan dalam menjalankan fungsi ekonomi desa. Berdasarkan temuan tersebut, keterlibatan BUMO dalam program Audin Snack memiliki arti strategis karena keberlanjutan usaha tidak hanya ditempatkan sebagai tanggung jawab pemilik usaha, tetapi mulai dihubungkan dengan ekosistem ekonomi desa.

Pembentukan kelompok wirausaha berbasis 10 petani enbal juga memperluas dampak program dari satu unit usaha menuju rantai nilai pangan lokal. Jika dikembangkan secara konsisten, kelompok tersebut dapat menjadi basis penguatan pasokan bahan baku sekaligus sumber munculnya unit usaha baru. Namun, keberhasilan jangka panjangnya masih memerlukan evaluasi lanjutan mengenai pembagian peran, mekanisme transaksi, tata kelola kelompok, dan manfaat ekonomi yang diterima petani. Oleh karena itu, roadmap 2026–2028 perlu dipandang sebagai strategi pengembangan yang harus diuji secara bertahap, bukan sebagai hasil yang telah sepenuhnya tercapai.

### *PPK Ormawa sebagai ruang pembelajaran mahasiswa dan penguatan organisasi*

Dampak program juga terlihat pada penguatan kapasitas mahasiswa dan UKM Kewirausahaan. Keterlibatan mahasiswa dalam penyelesaian persoalan nyata UMKM memberikan pengalaman yang berbeda dari pembelajaran di kelas karena mahasiswa harus menggabungkan pengetahuan teknis dengan kemampuan komunikasi, koordinasi, negosiasi, dan adaptasi. Dalam konteks ini, mahasiswa tidak hanya bertindak sebagai pelaksana kegiatan, tetapi sebagai fasilitator transfer pengetahuan yang harus menyesuaikan solusi dengan kemampuan mitra.

Pengalaman tersebut juga memberikan manfaat bagi organisasi kemahasiswaan. Pengelolaan program yang melibatkan pemerintah desa, BUMO, pelaku usaha, dosen pendamping, dan pimpinan perguruan tinggi menuntut adanya pembagian tugas, dokumentasi, monitoring, dan evaluasi yang lebih sistematis. Dengan demikian, PPK Ormawa berfungsi pada dua tingkat sekaligus: meningkatkan kapasitas mitra UMKM dan memperkuat kapasitas organisasi mahasiswa dalam mengelola program pemberdayaan berbasis kebutuhan masyarakat.

Secara keseluruhan, hasil program menunjukkan bahwa pendekatan terintegrasi memiliki potensi untuk memperkuat UMKM pangan lokal di wilayah kepulauan melalui tiga jalur yang saling melengkapi: kontinuitas produksi melalui pengelolaan stok, penguatan tata kelola melalui pembukuan digital, dan perluasan akses pasar melalui pemasaran digital. Namun, beberapa capaian masih memerlukan pengamatan jangka lebih panjang. Peningkatan produksi sebesar 50% telah terukur, sedangkan peningkatan omzet sebesar 50% masih merupakan target yang bergantung pada kemampuan pasar menyerap tambahan produksi. Demikian pula, efektivitas pemasaran digital dan keberlanjutan sistem pembukuan perlu dievaluasi secara longitudinal. Keterbatasan ini menjadi penting untuk dicatat karena keberhasilan program pemberdayaan tidak hanya ditentukan oleh keluaran kegiatan, tetapi oleh sejauh mana praktik baru tetap digunakan dan menghasilkan manfaat ekonomi setelah pendampingan berakhir.

### **Kesimpulan**

Program pengabdian melalui PPK Ormawa UKM Kewirausahaan Politeknik Perikanan Negeri Tual pada UMKM Audin Snack di Ohoi Namar berhasil memperkuat kapasitas pengelolaan usaha melalui integrasi manajemen stok kemasan, pembukuan digital, dan pemasaran digital. Penerapan reorder point dan penyediaan 1.500 unit kemasan membantu mengatasi persoalan kekurangan kemasan dan mendukung peningkatan kapasitas produksi dari 1.000 pcs menjadi 1.500 pcs per bulan atau sebesar 50%, sementara pendampingan pembukuan digital mengubah praktik pencatatan usaha dari yang sebelumnya belum terdokumentasi menjadi pencatatan transaksi, arus kas, dan ringkasan keuangan secara lebih teratur. Pada aspek pemasaran, pembentukan kanal Instagram dan pendampingan pembuatan konten membuka akses promosi yang lebih luas bagi produk enbal semprong. Selain capaian pada tingkat usaha, program juga memperkuat keberlanjutan melalui keterlibatan Pemerintah Ohoi Namar dan BUMO, pembentukan kelompok wirausaha berbasis petani enbal, serta penetapan kader lokal sebagai pendamping pascaprogram.

Capaian tersebut menunjukkan bahwa pendekatan terintegrasi lebih relevan bagi UMKM pangan di wilayah kepulauan dibandingkan intervensi yang hanya berfokus pada satu aspek usaha. Manajemen stok berfungsi menjaga kontinuitas produksi, pembukuan

digital memperkuat tata kelola dan basis pengambilan keputusan, sedangkan pemasaran digital membuka peluang perluasan pasar; ketiganya membentuk fondasi yang saling melengkapi bagi pengembangan usaha. Dengan demikian, kegiatan ini tidak hanya mencapai tujuan peningkatan kapasitas manajerial Audin Snack, tetapi juga menghasilkan model pemberdayaan yang berpotensi direplikasi pada UMKM pangan lokal di wilayah kepulauan lainnya. Meskipun peningkatan omzet dan dampak pemasaran digital masih memerlukan pemantauan jangka lebih panjang, program telah menghasilkan fondasi teknis, digital, dan kelembagaan yang dapat mendukung keberlanjutan usaha serta menjadi kontribusi praktis bagi pengembangan UMKM berbasis pangan lokal melalui kemitraan perguruan tinggi, pemerintah desa, BUMO, dan masyarakat.

### Ucapan terima kasih

Tim pengabdian menyampaikan terima kasih kepada Direktorat Pembelajaran dan Kemahasiswaan, Direktorat Jenderal Pendidikan Tinggi, Kementerian Pendidikan Tinggi, Sains, dan Teknologi atas pendanaan Program Penguatan Kapasitas Organisasi Kemahasiswaan tahun 2026. Terima kasih juga disampaikan kepada Politeknik Perikanan Negeri Tual atas dukungan dana pendamping dan fasilitasi kegiatan, kepada Pemerintah Ohoi Namar dan Badan Usaha Milik Ohoi Namar atas kerja sama kelembagaan, serta kepada pemilik dan pekerja Audin Snack atas partisipasi aktif sepanjang pelaksanaan program.

### Daftar pustaka

- Andari, A. T., Setianingsih, N. A., Asmoro, W. K., Putranti, E., Sari, H. P., & Fitriani, D. R. (2024). Digitalisasi UMKM: Peningkatan laporan keuangan menggunakan Lamikro dan strategi pemasaran. *Penamas: Journal of Community Service*, 4(2), 353–362. <https://doi.org/10.53088/penamas.v4i2.1168>
- Ayuningtyas, M. P., & Utomo, R. B. (2023). Peningkatan Literasi Keuangan dan Pembukuan Digital pada UMKM di Desa Potorono. *Jurnal Abdi Masyarakat Indonesia*, 3(4), 1277–1284. <https://doi.org/10.54082/jamsi.842>
- Aziz, L. H., Sunarjo, R. A., Ramdani, M., Aini, Q., Natalia, E. A., & Maria, L. (2025). Implemetation of ROP In Stock Control to Minimize Losses Due to Expiry. *ADI Bisnis Digital Interdisiplin Jurnal*, 6(2), 220–232. <https://doi.org/10.34306/abdi.v6i2.1337>
- Brahmantyo, R. A., Wibowo, J., & Nurcahyawati, V. (2023). Manajemen Persediaan Menggunakan Metode Safety Stock dan Reorder Point. *Jurnal Sains Dan Informatika*, 9(1), 89–99. <https://doi.org/10.34128/jsi.v9i1.431>
- Cokorda, K. Y., Utama, I. W. K. J., & Pasupati, B. (2023). Pemberdayaan Masyarakat Melalui Peningkatan Kapasitas Manajemen bagi BUM Desa Artha Semaya Sudimara. *JURPIKAT (Jurnal Pengabdian Kepada Masyarakat)*, 4(3), 593–603. <https://doi.org/10.37339/jurpikat.v4i3.1520>
- Febriansyah, Y., Puspasari, O. R., & Fitriani, C. (2024). Penggunaan Aplikasi Akuntansi Berbasis Mobile Dalam Menunjang Kinerja UMKM. *Jurnal Dharma Bhakti Ekuitas*, 8(2), 111–122. <https://doi.org/10.52250/p3m.v8i2.739>
- Istanti, L. N., Agustina, Y., Wijjayanti, T., & Dharma, B. A. (2020). Pentingnya Penyusunan Laporan Keuangan Umkm Bagi Para Pengusaha Bakery, Cake And Pastry (BCP) Di Kota Blitar. *Jurnal Graha Pengabdian*, 2(2), 163–171. <https://journal2.um.ac.id/index.php/jgp/article/view/13350>

- Itsna R., N., Nirwana A., I., Widya P., R., & Bastomi, M. (2023). Analisis Metode Economic Order Quantity, Safety Stock, Reorder Point, dan Cost of Inventory dalam Mengoptimalkan Manajemen Persediaan Umkm Bakso Pedas. *Indonesian Journal of Contemporary Multidisciplinary Research*, 2(1), 29–44. <https://doi.org/10.55927/modern.v2i1.2750>
- Legina, X., & Sofia, I. P. (2020). Pemanfaatan Software Pembukuan Akuntansi Sebagai Solusi Atas Sistem Pembukuan Manual Pada UMKM. *Jurnal Neraca: Jurnal Pendidikan Dan Ilmu Ekonomi Akuntansi*, 4(2), 172. <https://doi.org/10.31851/neraca.v4i2.4771>
- Misbah H., K., Putri P., R., Albar M. G., F., & Ristono, A. (2026). Perbaikan Sistem Supply pada UMKM Kelapa Parut Pak Sarkan Menggunakan Metode Reorder Point. *Archive: Jurnal Pengabdian Kepada Masyarakat*, 5(2), 493–504. <https://doi.org/10.55506/arch.v5i2.282>
- Nurhakim, B., Rohmat, C. L., Putra, G. A. A., & Ilmi, H. B. (2023). Peningkatan Kapasitas Pemasaran Produk Melalui Marketplace Dan Media Sosial Untuk UMKM. *AMMA: Jurnal Pengabdian Masyarakat*, 2(2), 255–267. <https://journal.mediapublikasi.id/index.php/amma/article/view/5201>
- Rahmawati, U., Afridhianika, A. N., Prihanto, P. H., Mulyadi, M., & Irwansyah, R. (2025). Pelatihan Kewirausahaan Berbasis Potensi Lokal Untuk Meningkatkan Ekonomi Kreatif Masyarakat Desa. *Jurnal Pengabdian Masyarakat Dan Riset Pendidikan*, 4(2), 9373–9381. <https://doi.org/10.31004/jerkin.v4i2.3323>
- Sari, A. F. K., & Hariri, H. (2024). Pelatihan Digital Accounting guna Peningkatan Kinerja Keuangan UMKM. *PengabdianMu: Jurnal Ilmiah Pengabdian Kepada Masyarakat*, 9(9), 1564–1570. <https://doi.org/10.33084/pengabdianmu.v9i9.7262>
- Tuarita, M., & Nara, S. M. (2022). Fortifikasi Enbal Dengan Tepung Ikan Layang Sebagai Pangan Fungsional Khas Kepulauan Kei, Maluku Tenggara. *Marinade*, 5(01), 1–9. <https://doi.org/10.31629/marinade.v5i01.4271>
- Usman, R., & Sam, S. A. (2026). Tata kelola kolaboratif dalam pengembangan agribisnis wilayah kepulauan di kota Ambon, Provinsi Maluku. *Kajian Pendidikan, Seni, Budaya, Sosial Dan Lingkungan*, 3(1), 71–80. <https://doi.org/10.58881/kpsbsl.v3i1.152>
- Wati, D. L., Septianingsih, V., Khoeruddin, W., & Al-Qorni, Z. Q. (2024). Peranan UMKM (Usaha Mikro, Kecil dan Menengah) dalam Meningkatkan Perekonomian Indonesia. *Jurnal Ekonomi Bisnis, Manajemen Dan Akuntansi*, 3(1), 265–282. <https://doi.org/10.61930/jebmak.v3i1.576>
- Wuryandini, A. R., Husain, S. P., & Amaliah, T. H. (2024). Peningkatan eksistensi BUMDes di Desa Taludaa melalui pelatihan tata kelola, literasi keuangan dan pemasaran. *KACANEGARA: Jurnal Pengabdian Pada Masyarakat*, 7(1). <https://garuda.kemdiktisaintek.go.id/documents/detail/4261672>
- Yahyasari, S. D., & As'ari, H. (2024). Pendampingan Pembukuan Keuangan Digital Dengan Aplikasi BukuWarung Bagi Para UMKM Di Teras Malioboro 1. *Jurnal Pengabdian Kepada Masyarakat Nusantara*, 5(2), 2801–2807. <https://doi.org/10.55338/jpkmn.v5i2.3383>
- Yunus, F. F., & Arief, R. F. (2023). The Application of Digital Marketing to UMKM Roso Kangen Pakde. *GANDRUNG: Jurnal Pengabdian Kepada Masyarakat*, 4(1), 867–879. <https://doi.org/10.36526/gandrung.v4i1.2379>