

PEMBERDAYAAN KTT BINA MAKMUR MELALUI PENGUATAN TATA KELOLA USAHA, BRANDING, DAN DIGITAL MARKETING DI DESA SAMBIREJO, WONOSALAM, JOMBANG

Putri Wulanditya^{1*}, Chitra Laksmi Rithmaya¹, Ari Cahaya Puspitaningrum¹, Adam Amar Chabibi¹, Charysma Aulia Al Qoyiem¹, Muhammad Iqbal Ardiansyah¹, Alfiah Indasah¹, Eko Nurminato²

¹Universitas Hayam Wuruk Perbanas

²Institut Teknologi Sepuluh Nopember

*Email: putri@perbanas.ac.id

Naskah diterima: 17-07-2026, disetujui: 21-08-2026, diterbitkan: 31-08-2026

DOI: <http://dx.doi.org/10.29303/jppm.v9i3.12836>

ABSTRACT

The Bina Makmur Livestock Farmers Group (KTT) in Sambirejo Village, Wonosalam District, Jombang Regency has potential in developing dairy processed products, but still faces challenges in business management, bookkeeping, branding, and digital marketing. This community service activity aims to enhance the partners' capacity through an integrated empowerment approach. The method used is participatory empowerment carried out through three stages, namely socialization and Focus Group Discussion (FGD), bookkeeping and business management training, and branding and digital marketing training. The evaluation of the activities was conducted using pre-tests, post-tests, observations, and discussions. The results of the activity show that the program is capable of enhancing participants' understanding of business management and digital marketing. In the branding and digital marketing training, the average score of participants increased from 82.86 in the pre-test to 98.57 in the post-test, or an increase of 15.71 points (18.97%). In addition, participants acquired skills in preparing simple bookkeeping, calculating production costs, determining selling prices, and creating product brand identities. This program demonstrates that an empowerment approach that integrates needs identification, strengthening business governance, as well as branding and digital marketing can sustainably enhance the partners' capacity. The sustainability of the program needs to be supported through continued assistance, strengthening the legality of businesses and products, as well as optimizing digital marketing to enhance the competitiveness of dairy products.

Keywords: community empowerment, livestock farmers group, business bookkeeping, branding, digital marketing

ABSTRAK

Kelompok Tani Ternak (KTT) Bina Makmur di Desa Sambirejo, Kecamatan Wonosalam, Kabupaten Jombang memiliki potensi dalam pengembangan produk olahan susu, tetapi masih menghadapi kendala dalam pengelolaan usaha, pembukuan, *branding*, dan pemasaran digital. Kegiatan pengabdian kepada masyarakat ini bertujuan meningkatkan kapasitas mitra melalui pendekatan pemberdayaan yang terintegrasi. Metode yang digunakan adalah *participatory empowerment* yang dilaksanakan melalui tiga tahapan, yaitu sosialisasi dan *Focus Group Discussion* (FGD), pelatihan pembukuan dan manajemen usaha, serta pelatihan *branding* dan digital marketing. Evaluasi kegiatan dilakukan menggunakan *pre-test*, *post-test*, observasi, dan diskusi. Hasil kegiatan menunjukkan bahwa program mampu meningkatkan pemahaman peserta mengenai pengelolaan usaha dan pemasaran digital. Pada pelatihan *branding* dan digital marketing, rata-rata nilai peserta meningkat dari 82,86 pada *pre-test* menjadi 98,57 pada *post-test* atau mengalami peningkatan sebesar 15,71 poin (18,97%). Selain itu, peserta memperoleh keterampilan dalam penyusunan pembukuan sederhana, perhitungan harga pokok produksi, penentuan harga jual, serta penyusunan identitas merek produk. Program ini menunjukkan bahwa pendekatan pemberdayaan yang mengintegrasikan identifikasi kebutuhan, penguatan tata kelola usaha, serta *branding* dan digital marketing mampu meningkatkan kapasitas mitra secara berkelanjutan. Keberlanjutan program perlu didukung melalui pendampingan lanjutan, penguatan legalitas usaha dan produk, serta optimalisasi pemasaran digital agar daya saing produk olahan susu semakin meningkat.

Kata kunci : Pemberdayaan masyarakat, Kelompok Tani Ternak, Pembukuan usaha, Branding, Digital marketing

LATAR BELAKANG

Desa Sambirejo, Kecamatan Wonosalam, Kabupaten Jombang merupakan salah satu wilayah yang memiliki potensi besar pada sektor peternakan sapi perah dan pengembangan agroindustri berbasis susu. Kondisi geografis yang berada di kawasan dataran tinggi dengan suhu yang relatif sejuk mendukung aktivitas peternakan sapi perah sebagai salah satu mata pencaharian utama masyarakat. Selain dikenal sebagai kawasan agrowisata, Wonosalam juga memiliki potensi pengembangan produk olahan susu yang dapat memberikan nilai tambah ekonomi bagi masyarakat apabila didukung dengan pengelolaan usaha yang baik.

Salah satu kelompok masyarakat yang berperan dalam pengembangan usaha peternakan di wilayah tersebut adalah Kelompok Tani Ternak (KTT) Bina Makmur. Kelompok ini memiliki potensi produksi susu segar yang cukup baik, namun pemanfaatannya masih didominasi oleh penjualan susu dalam bentuk bahan baku sehingga nilai tambah yang diperoleh peternak relatif terbatas. Padahal, diversifikasi produk olahan susu seperti *yoghurt*, es krim, permen susu, maupun produk olahan lainnya berpotensi meningkatkan pendapatan kelompok apabila dikelola secara profesional. Selain itu, peternak kecil umumnya menghadapi keterbatasan akses hilirisasi sehingga posisi tawar dan margin keuntungan relatif rendah (FAO, 2019). Padahal hilirisasi produk olahan susu memiliki prospek pasar yang baik seperti permen susu, dodol susu, dan keripik susu, karena daya simpan relatif panjang, sesuai karakteristik pasar wisata, dan mudah didistribusikan (Widodo et al., 2021).

Berdasarkan hasil observasi lapangan dan *Focus Group Discussion* (FGD) bersama mitra, ditemukan beberapa permasalahan utama yang menghambat pengembangan usaha. Permasalahan tersebut meliputi belum adanya

sistem pembukuan usaha yang sederhana, rendahnya kemampuan dalam menghitung harga pokok produksi (HPP) dan menentukan harga jual, belum tersedianya identitas merek dan kemasan produk yang menarik, serta masih terbatasnya pemanfaatan media digital sebagai sarana promosi dan pemasaran. Kondisi tersebut menyebabkan produk olahan susu yang dihasilkan belum memiliki daya saing optimal, baik dari aspek manajerial maupun pemasaran.

Berbagai penelitian menunjukkan bahwa penguatan kapasitas manajerial dan pemasaran merupakan faktor penting dalam meningkatkan keberlanjutan usaha mikro dan kelompok usaha masyarakat. Penerapan pembukuan sederhana membantu pelaku usaha dalam mengendalikan arus kas, menghitung biaya produksi secara akurat, dan mengambil keputusan bisnis secara lebih tepat (OECD, 2021). Di sisi lain, pengembangan *branding* dan digital marketing mampu memperluas jangkauan pasar, meningkatkan kepercayaan konsumen, serta memperkuat daya saing produk lokal di tengah perkembangan ekonomi digital (Kotler et al., 2021). Pendekatan pemberdayaan yang mengintegrasikan peningkatan kapasitas manajerial dengan strategi pemasaran digital juga terbukti memberikan dampak positif terhadap pengembangan UMKM dan kelompok usaha berbasis masyarakat (Sunggara et al., 2024).

Sejalan dengan hasil-hasil penelitian tersebut, tim pengabdian Universitas Hayam Wuruk (UHW) Perbanas merancang program pemberdayaan yang dilaksanakan secara bertahap. Program diawali dengan identifikasi kebutuhan melalui kegiatan sosialisasi dan FGD, dilanjutkan dengan pelatihan pembukuan serta manajemen usaha, kemudian diperkuat melalui pelatihan *branding* dan digital marketing. Ketiga kegiatan tersebut dirancang sebagai satu rangkaian intervensi yang saling melengkapi untuk memperkuat tata kelola

usaha sekaligus meningkatkan daya saing produk olahan susu yang dihasilkan oleh KTT Bina Makmur.

Berbeda dengan sebagian besar kegiatan pengabdian yang hanya berfokus pada satu jenis pelatihan, program ini menerapkan model pemberdayaan terintegrasi yang mengombinasikan identifikasi kebutuhan mitra, penguatan tata kelola usaha, dan pengembangan pemasaran digital dalam satu rangkaian kegiatan. Pendekatan tersebut diharapkan mampu menghasilkan perubahan yang lebih berkelanjutan karena tidak hanya meningkatkan pengetahuan peserta, tetapi juga memperkuat kemampuan pengelolaan usaha dan pemasaran produk secara simultan.

Berdasarkan kondisi tersebut, tujuan kegiatan pengabdian kepada masyarakat ini adalah meningkatkan kapasitas anggota KTT Bina Makmur dalam aspek pengelolaan usaha, pembukuan sederhana, penentuan harga pokok produksi, serta pengembangan *branding* dan digital marketing sehingga mampu meningkatkan daya saing produk olahan susu dan mendukung keberlanjutan usaha kelompok.

METODE PELAKSANAAN

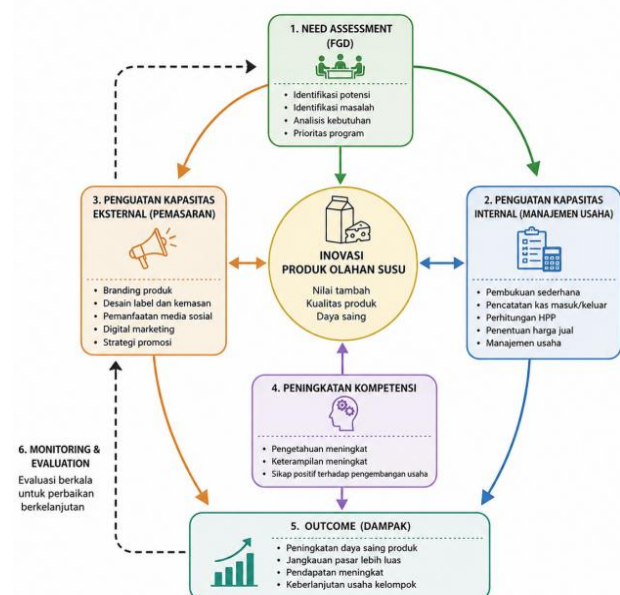
Kegiatan pengabdian kepada masyarakat dilaksanakan pada KTT Bina Makmur yang berlokasi di Desa Sambirejo RT 02 RW 02, Kecamatan Wonosalam, Kabupaten Jombang. Mitra dipilih karena memiliki potensi dalam pengembangan produk olahan susu, tetapi masih menghadapi berbagai kendala dalam aspek pengelolaan usaha, pencatatan keuangan, penentuan harga pokok produksi, *branding* produk, dan pemasaran digital.

Metode pelaksanaan menggunakan pendekatan *participatory empowerment*, yaitu melibatkan mitra secara aktif dalam setiap tahapan kegiatan mulai dari identifikasi permasalahan, penyusunan solusi, pelaksanaan pelatihan, hingga evaluasi hasil kegiatan.

Pendekatan ini diharapkan dapat meningkatkan partisipasi dan keberlanjutan program setelah kegiatan pengabdian selesai.

Program dilaksanakan selama bulan Juni–Juli 2026 melalui tiga tahapan utama, yaitu: (1) sosialisasi program dan FGD untuk mengidentifikasi kebutuhan serta permasalahan mitra, (2) pelatihan pembukuan dan manajemen usaha untuk meningkatkan kemampuan pengelolaan keuangan usaha, dan (3) pelatihan pengembangan *branding* dan digital marketing untuk memperkuat identitas produk serta memperluas jangkauan pemasaran melalui media digital.

Evaluasi kegiatan dilakukan menggunakan metode *pre-test* dan *post-test* untuk mengukur peningkatan pemahaman peserta terhadap materi pelatihan. Instrumen evaluasi berupa sejumlah pertanyaan yang disusun sesuai dengan kompetensi yang diharapkan pada setiap materi. Selain itu, evaluasi juga dilakukan melalui observasi selama kegiatan berlangsung, diskusi dengan peserta, serta dokumentasi implementasi hasil pelatihan. Tahapan pelaksanaan kegiatan dapat dilihat pada Gambar 1.



Gambar 1. Model Pemberdayaan Terintegrasi Kelompok Tani Ternak Bina Makmur

Program pemberdayaan diawali dengan identifikasi kebutuhan mitra melalui kegiatan sosialisasi dan FGD. Informasi yang diperoleh kemudian menjadi dasar penyusunan materi pelatihan pembukuan dan manajemen usaha sesuai dengan kebutuhan riil kelompok. Tahap berikutnya difokuskan pada penguatan daya saing melalui pengembangan *branding* dan digital marketing agar produk olahan susu memiliki identitas yang lebih baik serta mampu menjangkau pasar yang lebih luas. Seluruh tahapan diakhiri dengan evaluasi melalui *pre-test*, *post-test*, observasi, dan diskusi bersama mitra sebagai dasar penyusunan rekomendasi pengembangan program selanjutnya.

HASIL DAN PEMBAHASAN

Program pengabdian kepada masyarakat dilaksanakan melalui tiga tahapan yang saling berkesinambungan, yaitu identifikasi kebutuhan mitra, penguatan tata kelola usaha, dan penguatan daya saing melalui *branding* serta digital marketing. Pendekatan bertahap tersebut dirancang agar setiap kegiatan menjadi dasar bagi pelaksanaan kegiatan berikutnya sehingga proses pemberdayaan berlangsung secara sistematis. Ringkasan pelaksanaan kegiatan disajikan pada Tabel 1.

Tabel 1. Tahap Pelaksanaan Program

Tahap	Waktu	Bentuk Kegiatan	Luaran
I	5 Juni 2026	Sosialisasi dan FGD	Teridentifikasi potensi, permasalahan, dan kebutuhan mitra
II	19 Juni 2026	Pelatihan Pembukuan dan Manajemen Usaha	Peningkatan kemampuan pencatatan keuangan, perhitungan HPP, dan pengelolaan usaha
III	3 Juli 2026	Pelatihan <i>Branding</i> dan Digital Marketing	Peningkatan pemahaman branding, desain kemasan, dan pemasaran digital

A. Sosialisasi Program dan FGD

Kegiatan sosialisasi dan FGD dilaksanakan sebagai tahap awal pemberdayaan untuk membangun pemahaman bersama mengenai tujuan program sekaligus mengidentifikasi kondisi *eksisting* KTT Bina Makmur. Seluruh anggota kelompok berpartisipasi aktif dalam diskusi mengenai proses produksi, pengelolaan usaha, pemasaran, serta harapan terhadap program pengabdian.

Hasil diskusi menunjukkan bahwa mitra memiliki potensi yang cukup besar dalam pengembangan produk olahan susu karena didukung oleh ketersediaan bahan baku dan pengalaman dalam beternak sapi perah. Namun demikian, potensi tersebut belum diimbangi dengan kemampuan pengelolaan usaha yang memadai. Sebagian besar anggota belum melakukan pencatatan keuangan secara sistematis, belum menghitung harga pokok produksi sebagai dasar penentuan harga jual, serta belum memiliki identitas merek dan strategi pemasaran digital yang mampu meningkatkan daya saing produk.

Temuan tersebut menjadi dasar penyusunan materi pelatihan pada tahap berikutnya sehingga solusi yang diberikan benar-benar sesuai dengan kebutuhan mitra. Pendekatan partisipatif melalui FGD memungkinkan anggota kelompok terlibat secara aktif dalam proses identifikasi masalah sehingga meningkatkan rasa memiliki (*sense of ownership*) terhadap program yang akan dilaksanakan. Pendekatan ini sejalan dengan konsep pemberdayaan masyarakat yang menempatkan masyarakat sebagai subjek utama dalam proses pembangunan kapasitas (OECD, 2021).



Gambar 2. Sosialisasi Program dan FGD

B. Pelatihan Pembukuan dan Manajemen Usaha

Berdasarkan hasil identifikasi kebutuhan pada tahap sebelumnya, diketahui bahwa sebagian besar anggota KTT Bina Makmur belum menerapkan pencatatan keuangan usaha secara sistematis. Kondisi tersebut menyebabkan mitra mengalami kesulitan dalam mengetahui arus kas usaha, menghitung biaya produksi secara akurat, serta menentukan harga jual yang sesuai. Oleh karena itu, pelatihan pembukuan dan manajemen usaha dilaksanakan sebagai upaya memperkuat kapasitas manajerial kelompok sehingga pengelolaan usaha dapat dilakukan secara lebih efektif dan berkelanjutan.

Materi pelatihan meliputi pentingnya pemisahan keuangan pribadi dan usaha, pencatatan kas masuk dan kas keluar, penyusunan pembukuan sederhana, perhitungan Harga Pokok Produksi (HPP), penentuan harga jual, serta pengelolaan usaha untuk mendukung pengembangan produk olahan susu. Selama kegiatan berlangsung, peserta tidak hanya memperoleh penjelasan teoritis, tetapi juga melakukan praktik penyusunan pembukuan menggunakan contoh transaksi yang disesuaikan dengan kondisi usaha kelompok.



Gambar 3. Pelaksanaan Pelatihan Pembukuan dan Manajemen Usaha

Untuk mengetahui efektivitas pelatihan, dilakukan evaluasi menggunakan *pre-test* dan *post-test* terhadap peserta. Hasil evaluasi menunjukkan adanya peningkatan pemahaman peserta setelah mengikuti pelatihan.

Tabel 3. Hasil Pre-test dan Post-test Pelatihan Pembukuan dan Manajemen Usaha

Indikator	Nilai
Jumlah peserta yang mengikuti evaluasi	14 orang
Rata-rata pre-test	89,1
Rata-rata post-test	95,5
Peningkatan rata-rata	6,4 poin

Hasil evaluasi menunjukkan bahwa pelatihan mampu meningkatkan pemahaman peserta mengenai pentingnya pembukuan sederhana sebagai dasar pengelolaan usaha. Selain peningkatan nilai evaluasi, selama sesi praktik peserta mulai memahami cara mencatat transaksi usaha, menghitung biaya produksi, serta menentukan harga jual berdasarkan komponen biaya yang dikeluarkan. Perubahan ini menunjukkan bahwa pendekatan pembelajaran berbasis praktik lebih mudah dipahami oleh peserta dibandingkan penyampaian materi secara teoritis.

Peningkatan literasi keuangan merupakan salah satu faktor penting dalam meningkatkan keberlanjutan usaha mikro karena memungkinkan pelaku usaha melakukan pengambilan keputusan berdasarkan informasi keuangan yang lebih akurat. Pencatatan keuangan yang baik juga mendukung proses evaluasi usaha, pengendalian biaya, serta penyusunan strategi pengembangan usaha pada masa mendatang. Novita dan Wulanditya (2020) mengungkapkan bahwa pencatatan keuangan menggunakan aplikasi sederhana seperti microsoft excel juga dapat diterapkan oleh UMKM. Temuan ini sejalan dengan berbagai penelitian yang menyatakan bahwa peningkatan kapasitas pengelolaan keuangan merupakan fondasi utama dalam penguatan daya saing UMKM dan kelompok usaha masyarakat (Dhani et al., 2025; Rithmaya et al., 2023; Slamet et al., 2024).

C. Pengembangan Branding dan Digital Marketing

Tahap ketiga dalam program pengabdian kepada masyarakat difokuskan pada penguatan daya saing produk melalui pengembangan *branding* dan digital marketing. Kegiatan ini dilaksanakan setelah mitra memperoleh penguatan kapasitas dalam aspek pengelolaan usaha sehingga strategi pemasaran yang diberikan dapat didukung oleh tata kelola usaha yang lebih baik. Pendekatan tersebut menunjukkan bahwa peningkatan daya saing produk tidak hanya bergantung pada kualitas produk, tetapi juga dipengaruhi oleh kemampuan pelaku usaha dalam membangun identitas merek dan memanfaatkan media digital sebagai sarana promosi.

Materi pelatihan meliputi pentingnya *branding* dalam membangun citra produk, penyusunan nama dan identitas merek, pengembangan desain label dan kemasan, serta pemanfaatan media sosial sebagai media pemasaran. Selain penyampaian materi, peserta juga memperoleh pendampingan dalam mengidentifikasi karakteristik produk olahan susu yang dihasilkan sehingga mampu menentukan konsep *branding* yang sesuai dengan potensi lokal Desa Sambirejo.



Gambar 4. Pelaksanaan Pelatihan Branding dan Digital Marketing

Untuk mengetahui efektivitas pelatihan, dilakukan evaluasi menggunakan instrumen *pre-test* dan *post-test* terhadap peserta. Hasil evaluasi menunjukkan adanya peningkatan pemahaman setelah mengikuti pelatihan sebagaimana disajikan pada Tabel 4.

Tabel 4. Hasil Pre-test dan Post-test Pelatihan Branding dan Digital Marketing

Indikator	Pre-test	Post-test
Jumlah responden	14	14
Nilai minimum	50	80
Nilai maksimum	100	100
Rata-rata	82,86	98,57
Peningkatan	15,71 poin (18,97%)	

Hasil evaluasi menunjukkan bahwa rata-rata nilai peserta meningkat dari 82,86 pada saat *pre-test* menjadi 98,57 pada saat *post-test* atau mengalami peningkatan sebesar 15,71 poin (18,97%). Selain peningkatan nilai rata-rata, nilai minimum peserta juga meningkat dari 50 menjadi 80, sedangkan nilai maksimum tetap mencapai 100. Hasil tersebut menunjukkan bahwa materi pelatihan dapat dipahami dengan baik oleh peserta dan mampu meningkatkan pengetahuan mengenai pentingnya *branding* serta pemanfaatan media digital dalam pengembangan usaha.

Temuan tersebut didukung oleh hasil observasi selama kegiatan, di mana peserta menunjukkan antusiasme dalam menyusun identitas produk, mendiskusikan desain label, serta mengeksplorasi penggunaan media sosial sebagai sarana promosi. Sebagian besar peserta juga menyampaikan bahwa pelatihan memberikan wawasan baru mengenai pentingnya membangun citra produk agar mampu bersaing dengan produk sejenis di pasar yang lebih luas.

Hasil kegiatan ini sejalan dengan penelitian Morisson dan Fikri (2025) yang menyatakan bahwa transformasi digital memberikan peluang bagi usaha mikro untuk memperluas jangkauan pasar dan meningkatkan hubungan dengan konsumen melalui pemanfaatan media digital. Temuan tersebut sejalan dengan Kraus et al. (2022) yang menunjukkan bahwa transformasi digital mampu meningkatkan daya saing dan efisiensi

operasional UMKM. Selain itu, Kotler et al. (2021) menegaskan bahwa branding yang kuat tidak hanya meningkatkan pengenalan produk (*brand awareness*), tetapi juga membangun kepercayaan konsumen dan menciptakan nilai tambah bagi produk lokal. Dengan demikian, pelatihan *branding* dan digital marketing yang diberikan kepada KTT Bina Makmur diharapkan menjadi langkah awal dalam meningkatkan daya saing produk olahan susu secara berkelanjutan.

D. Capaian Program Pemberdayaan dan Keberlanjutan

Pelaksanaan program pengabdian kepada masyarakat melalui tiga tahapan kegiatan menunjukkan bahwa pendekatan pemberdayaan yang dilakukan secara bertahap mampu memberikan manfaat bagi KTT Bina Makmur. Kegiatan diawali dengan identifikasi kebutuhan melalui sosialisasi dan FGD, kemudian dilanjutkan dengan penguatan kapasitas pengelolaan usaha melalui pelatihan pembukuan dan manajemen usaha, serta diakhiri dengan pengembangan *branding* dan digital marketing. Rangkaian kegiatan tersebut dirancang secara terintegrasi sehingga setiap tahapan saling mendukung dalam meningkatkan kapasitas mitra.

Selain peningkatan pemahaman yang ditunjukkan melalui hasil evaluasi pelatihan, kegiatan pengabdian juga menghasilkan beberapa luaran yang dapat dimanfaatkan oleh mitra dalam pengembangan usaha. Luanan tersebut meliputi tersusunnya rancangan pembukuan sederhana, meningkatnya pemahaman mengenai perhitungan harga pokok produksi dan penentuan harga jual, meningkatnya kesadaran akan pentingnya identitas merek dan kemasan produk, serta bertambahnya pengetahuan mengenai pemanfaatan media sosial sebagai sarana promosi.

Tabel 5. Capaian Program Pemberdayaan Kelompok Tani Ternak Bina Makmur

Tahapan Program	Output	Outcome
Sosialisasi dan FGD	Teridentifikasi potensi, permasalahan, dan kebutuhan mitra	Program disusun sesuai kebutuhan riil kelompok
Pelatihan Pembukuan dan Manajemen Usaha	Peserta memahami pembukuan sederhana, HPP, dan penentuan harga jual	Meningkatnya kapasitas pengelolaan usaha dan literasi keuangan
Pelatihan <i>Branding</i> dan Digital Marketing	Peserta memahami konsep <i>branding</i> , desain kemasan, dan promosi digital	Meningkatnya kemampuan membangun identitas produk dan strategi pemasaran digital

Secara keseluruhan, program ini menunjukkan bahwa pengembangan kapasitas pelaku usaha tidak dapat dilakukan melalui satu jenis pelatihan saja. Penguatan tata kelola usaha perlu diikuti dengan peningkatan kemampuan pemasaran agar produk yang dihasilkan memiliki nilai tambah dan mampu menjangkau pasar yang lebih luas (Batu et al., 2025). Oleh karena itu, pendekatan pemberdayaan yang mengintegrasikan aspek manajerial dan pemasaran menjadi strategi yang relevan dalam mendukung keberlanjutan usaha kelompok masyarakat.

Keberlanjutan program diharapkan dapat diwujudkan melalui pendampingan lanjutan oleh UHW Perbanas bersama mitra. Tahap berikutnya dapat diarahkan pada pengembangan produk olahan susu yang lebih inovatif, legalitas produk, sertifikasi halal, perizinan usaha, pemasaran melalui *marketplace*, serta perluasan jejaring kemitraan dengan pemerintah daerah maupun sektor swasta. Dengan demikian, program pengabdian ini tidak hanya meningkatkan pengetahuan peserta, tetapi juga menjadi fondasi bagi pengembangan usaha yang lebih berdaya saing dan berkelanjutan.

KESIMPULAN DAN SARAN

Program pengabdian kepada masyarakat yang dilaksanakan pada KTT Bina Makmur di Desa Sambirejo, Kecamatan Wonosalam, Kabupaten Jombang berhasil meningkatkan kapasitas mitra melalui pendekatan pemberdayaan yang terintegrasi. Kegiatan yang diawali dengan sosialisasi dan FGD, dilanjutkan dengan pelatihan pembukuan dan manajemen usaha, serta pelatihan *branding* dan digital marketing mampu menjawab permasalahan utama yang dihadapi mitra. Hasil evaluasi menunjukkan adanya peningkatan pemahaman peserta terhadap materi yang diberikan, khususnya pada aspek *branding* dan digital marketing, yang tercermin dari meningkatnya rata-rata nilai *pre-test* sebesar 82,86 menjadi 98,57 pada *post-test*. Selain peningkatan pengetahuan, mitra juga memperoleh keterampilan dalam penyusunan pembukuan sederhana, perhitungan harga pokok produksi, penentuan harga jual, serta pemahaman mengenai pentingnya identitas merek dan pemanfaatan media digital sebagai sarana pemasaran.

Pendekatan pemberdayaan yang mengintegrasikan identifikasi kebutuhan, penguatan tata kelola usaha, dan pengembangan pemasaran digital menunjukkan bahwa peningkatan daya saing usaha masyarakat memerlukan intervensi yang dilakukan secara bertahap dan saling berkesinambungan. Model ini tidak hanya meningkatkan kompetensi individu peserta, tetapi juga menjadi fondasi bagi pengembangan usaha kelompok yang lebih adaptif terhadap perubahan lingkungan bisnis.

Keberlanjutan program perlu didukung melalui kegiatan pendampingan lanjutan, khususnya dalam implementasi pembukuan usaha secara konsisten, pengembangan desain kemasan yang lebih kompetitif, pemanfaatan media sosial dan *marketplace* sebagai sarana

pemasaran, serta fasilitasi legalitas usaha dan produk, seperti Nomor Induk Berusaha (NIB), sertifikasi halal, dan izin edar sesuai dengan karakteristik produk olahan susu. Pendampingan berkelanjutan diharapkan mampu meningkatkan daya saing produk sekaligus memperluas akses pasar bagi KTT Bina Makmur.

UCAPAN TERIMAKASIH

Penulis mengucapkan terima kasih kepada Direktorat Penelitian dan Pengabdian kepada Masyarakat (DPPM), Kementerian Pendidikan Tinggi, Sains, dan Teknologi Republik Indonesia yang telah mendanai kegiatan Pengabdian kepada Masyarakat melalui Program Hibah Pengabdian kepada Masyarakat Tahun Anggaran 2026. Penulis juga menyampaikan apresiasi kepada UHW Perbanas atas dukungan kelembagaan yang diberikan selama pelaksanaan program. Ucapan terima kasih disampaikan pula kepada KTT Bina Makmur, Desa Sambirejo, Kecamatan Wonosalam, Kabupaten Jombang, atas partisipasi, kerja sama, dan komitmennya dalam mendukung keberhasilan kegiatan pengabdian.

DAFTAR PUSTAKA

- Batu, R.L., Hartelina, Rahmawati, E., and Ramadhina, F.O.N, 2025, Strategi Pengembangan dan Pemberdayaan UMKM dalam Meningkatkan Potensi Ekonomi di Desa Cidahu, Kecamatan Pasawahan, Kabupaten Purwakarta, *Sewagati*, 9(6), 1383-1390.
- Dhani, R.R., Salsabila, V.M., Susanti, M., Lestari, A.D., Muhtadi, A., and Asiyah, B.N., 2025, Pelatihan Pembukuan Sederhana bagi UMKM untuk Meningkatkan Pemahaman Pencatatan Keuangan, *Jurnal Indonesia Mengabdi*, 7(1), 44-51.

- Food and Agriculture Organization of the United Nations, 2019, *The State of Food and Agriculture*. Rome: FAO UN.
- Kotler, P., Kartajaya, H., and Setiawan, I., 2021, *Marketing 5.0: Technology for Humanity*. New Jersey: Wiley.
- Kraus, S., Durst, S., Ferreira, J., Veiga, P., Kailer, N., and Weinmann, A., 2021, Digital transformation in SMEs: A systematic literature review, *Journal of Small Business & Entrepreneurship*, 33(6), 607–632.
- Morisson, B., and Fikri, A.A.H.S., 2025, Digitalisasi UMKM Sebagai Meningkatkan Daya Saing di Era Ekonomi Digital, *EBISNIS (Jurnal Ekonomi dan Bisnis)*, 18(1), 289-299.
- Novita S.M., and Wulanditya P., 2020, Desain microsoft excel for accounting bagi UMKM (studi kasus pada LS Farm Mojokerto), *Jurnal Riset Terapan Akuntansi*, 4(2), 192-205.
- OECD, 2021, *The Digital Transformation of SMEs*. Paris: OECD Publishing.
- Rithmaya CL, Armansyah RF, Ardianto H, Wulanditya P, Prananjaya KP, and Kholid I., 2023, Literasi Perbankan dan Kredit Mikro Sebagai Upaya Pemberdayaan UMKM Kelurahan Gunung Anyar Tambak Surabaya, *Jurnal KeDayMas: Kemitraan dan Pemberdayaan Masyarakat*, 3(2), 32-43.
- Slamet, S., Citta, A.B., Widiastuti, Hikmah, and Basir, Z.P., 2024, Penguatan Daya Saing UMKM melalui Literasi Keuangan di Kecamatan Manggala Kota Makassar, *Jurnal Pengabdian Sosial*, 1(9), 1111-1117.
- Sunggara, A.D., Nurhaliza, P., Ferdinand, A.T., and Dirgantara, I.M.B., 2024, The Importance of Digital Marketing Implementation for MSMEs in Indonesia: A Systematic Literature Review, *Research Horizon*, 4(6), 327-334.
- Widodo S, Nurhayati T, and Prabowo A., 2021, Pengembangan produk olahan susu berbasis UMKM sebagai upaya peningkatan nilai tambah, *Jurnal Agroindustri*, 10(2), 85-94.