

Optimalisasi Strategi Administrasi Bisnis dengan Teknologi Digital untuk UMKM Berdaya Saing di Desa Buntu Bedimbar

Iventura Fitra Uli Tamba¹, Agusman², Michael Novranda Surbakti³, Mario Andriaskiton⁴, August Halomoan Siregar⁵, Victor⁶, Ferry Hidayat^{7*}

^{1,2,3,4,5,6,7} Administrasi Bisnis, Sekolah Tinggi Manajemen Bisnis Multi Sarana Manajemen Administrasi dan Rekayasa Teknologi, Jalan Pajak Rambe No. 92 Martubung Medan, 20252

*fery.nst@gmail.com

ABSTRAK

UMKM berperan penting dalam ekonomi Indonesia, terutama di desa-desa seperti Desa Buntu Bedimbar, yang menjadi pendorong utama pertumbuhan ekonomi lokal dan kesejahteraan masyarakat. Namun, UMKM di desa ini menghadapi tantangan besar, terutama dalam pemanfaatan teknologi digital untuk pemasaran dan pengambilan keputusan yang berbasis data. Program penguatan UMKM di desa ini bertujuan untuk meningkatkan daya saing melalui pelatihan literasi digital dan pengambilan keputusan berbasis data. Program ini meliputi pelatihan penggunaan platform digital seperti e-commerce dan media sosial, serta penggunaan alat analisis data sederhana seperti Google Analytics dan Excel. Metode pelaksanaan terdiri dari empat tahapan: perencanaan, persiapan, pelaksanaan, dan evaluasi. Evaluasi menunjukkan bahwa pelatihan pemasaran digital sangat diterima dengan antusiasme tinggi, meskipun beberapa peserta menghadapi kesulitan dalam memahami konsep analisis data. Program ini berhasil meningkatkan pengetahuan peserta tentang teknologi pemasaran dan pengelolaan data, serta meningkatkan keterampilan mereka dalam merancang strategi bisnis yang lebih efektif. Ke depannya, hasil dari pelatihan ini diharapkan dapat memperluas jangkauan pasar UMKM dan membantu mereka beradaptasi dengan tren pasar yang terus berkembang, mendorong pertumbuhan ekonomi lokal dan meningkatkan kesejahteraan masyarakat di Desa Buntu Bedimbar.

Kata kunci: Strategi Administrasi Bisnis; Teknologi Digital UMKM; Daya Saing UMKM Desa

ABSTRACT

MSMEs play an important role in the Indonesian economy, especially in villages such as Buntu Bedimbar Village, which is a key driver of local economic growth and community welfare. However, MSMEs in this village face major challenges, especially in the use of digital technology for marketing and data-based decision-making. The MSMEs strengthening Program in this village aims to improve competitiveness through digital literacy training and data-based decision making. The Program includes training on the use of digital platforms such as e-commerce and social media, as well as the use of simple data analysis tools such as Google Analytics and Excel. The implementation method consists of four stages: planning, preparation, implementation, and evaluation. The evaluation showed that the digital marketing training was highly received with great enthusiasm, although some participants faced difficulties in understanding the concept of data analysis. The Program successfully enhances participants knowledge of marketing technology and data management, as well as enhancing their skills in designing more effective business strategies. In the future, the results of this training are expected to expand the reach of the MSMEs market and help them adapt to evolving market trends, encourage local economic growth and improve the welfare of the people in Buntu Bedimbar Village.

Keywords: Business Administration strategy; MSMEs Digital Technology; Village MSMEs competitiveness

1. PENDAHULUAN

Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah (UMKM) memiliki peran yang sangat strategis dalam pembangunan ekonomi di Indonesia, termasuk di wilayah pedesaan seperti Desa Buntu Bedimbar Deli Serdang. UMKM tidak hanya berfungsi sebagai motor utama pertumbuhan ekonomi lokal, tetapi juga sebagai penggerak peningkatan kesejahteraan masyarakat. Berdasarkan laporan Kementerian Koperasi dan UKM Indonesia (Tambunan, 2023), sektor UMKM menyumbang lebih dari 60% Produk Domestik Bruto (PDB) Indonesia dan menciptakan lebih dari 90% lapangan pekerjaan nasional.

Peranan UMKM sebagai tulang punggung ekonomi juga ditekankan oleh banyak pendapat, Menurut Tambunan (2023) UMKM adalah agen utama pengurangan pengangguran yang memiliki kemampuan menciptakan lapangan kerja baru, khususnya di daerah dengan tingkat pengangguran tinggi.

Martusa et al (2024) menambahkan bahwa keberlanjutan bisnis UMKM sangat dipengaruhi oleh kemampuannya dalam memanfaatkan peluang teknologi serta beradaptasi terhadap perubahan lingkungan. Lebih lanjut Mashuri (2019) mengungkapkan bahwa UMKM adalah pilar utama stabilitas ekonomi nasional, terutama di tengah ketidakpastian ekonomi global. UMKM memiliki daya tahan tinggi dan fleksibilitas yang memungkinkannya bertahan di tengah krisis. Dalam perspektif inovasi, Khotimah et al (2017) menegaskan bahwa UMKM memainkan peranan penting dalam mendorong terciptanya inovasi karena kecepatan dan fleksibilitasnya dalam merespons perubahan pasar. UMKM juga memiliki potensi besar dalam membangun perekonomian yang inklusif.

Aliyah (2022) mencatat bahwa keberadaan UMKM mendorong pemerataan ekonomi di daerah-daerah tertinggal melalui pemberdayaan masyarakat setempat. Hidayat & Veronica (2022) mengamati bahwa pertumbuhan UMKM memberikan efek domino dalam menumbuhkan semangat kewirausahaan di kalangan generasi muda, menciptakan lingkungan yang kondusif bagi pengembangan usaha baru. Namun, tantangan yang dihadapi UMKM cukup kompleks. Hasibuan & Marliyah (2024) menyoroti rendahnya akses terhadap pembiayaan sebagai salah satu hambatan utama. Selain itu, Khotimah et al (2022) mengungkapkan bahwa banyak UMKM kurang memanfaatkan teknologi digital secara optimal dalam mendukung pemasaran dan efisiensi operasional sehingga menurut Hidayat & Harefa (2022) hambatan-hambatan ini dapat membatasi kontribusi UMKM terhadap pembangunan ekonomi secara keseluruhan. Penguatan kapasitas UMKM menjadi agenda strategis dalam membangun ekonomi nasional yang inklusif dan berkelanjutan. Salah satu cara untuk mewujudkan hal ini adalah melalui pelatihan, akses terhadap teknologi digital, serta pendampingan intensif bagi pelaku usaha. Dengan mendukung keberlanjutan UMKM, pembangunan ekonomi Indonesia dapat menjadi lebih merata dan tangguh dalam menghadapi tantangan global.

2. MASALAH, TARGET DAN LUARAN

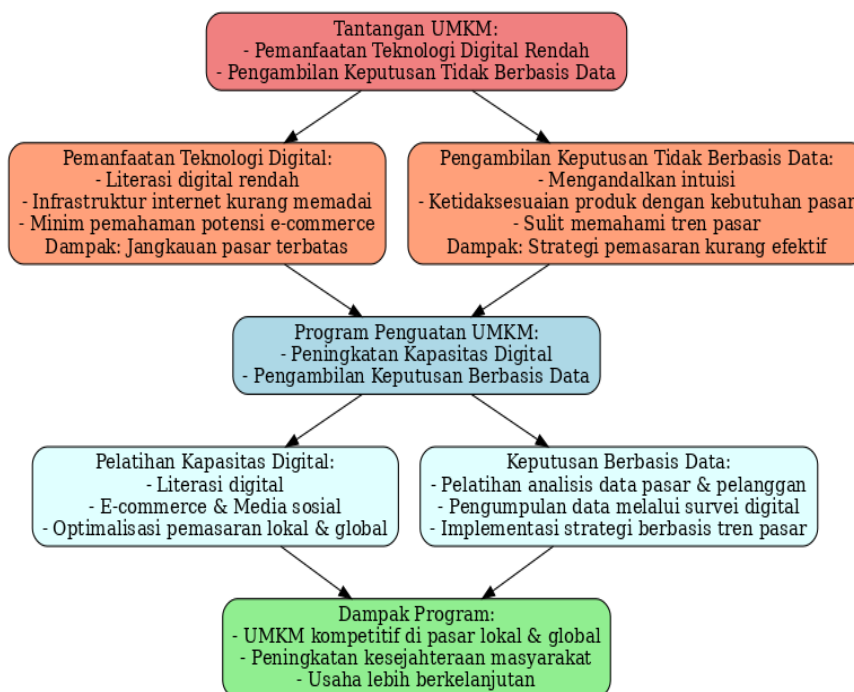
Desa Buntu Bedimbar menghadapi sejumlah tantangan dalam pengembangan usaha mikro, kecil, dan menengah (UMKM), yang menjadi penggerak utama ekonomi lokal. Masalah-masalah tersebut menghambat potensi pertumbuhan UMKM, baik dari sisi jangkauan pasar hingga pengambilan keputusan bisnis. Sebagian besar UMKM di Desa Buntu Bedimbar belum memanfaatkan teknologi digital secara optimal dalam kegiatan pemasaran produknya. Saat ini, mereka masih bergantung pada metode pemasaran konvensional yang membatasi akses ke pasar yang lebih luas. Rendahnya pemanfaatan teknologi ini disebabkan oleh beberapa faktor, termasuk kurangnya literasi digital di kalangan pemilik usaha, infrastruktur pendukung seperti akses internet yang belum memadai, dan kurangnya pemahaman mengenai potensi e-commerce serta media sosial sebagai alat pemasaran yang efektif. Kondisi ini menyebabkan produk UMKM sulit bersaing di era digital, terutama dengan kompetitor dari luar wilayah yang sudah lebih maju dalam strategi pemasaran berbasis teknologi. Kebiasaan pengambilan keputusan yang tidak berbasis data juga menjadi masalah utama UMKM di desa ini. Sebagian besar pemilik UMKM mengandalkan intuisi atau pengalaman pribadi dalam menentukan kebijakan bisnis. Pendekatan ini sering kali mengakibatkan ketidaksesuaian antara produk yang ditawarkan dengan kebutuhan pelanggan, strategi pemasaran yang kurang efektif, dan kegagalan dalam memahami tren pasar yang dinamis. Akibatnya, UMKM sulit beradaptasi dengan perubahan kebutuhan pasar, sehingga membatasi daya saing mereka.

Program penguatan UMKM di Desa Buntu Bedimbar bertujuan untuk meningkatkan daya saing dan keberlanjutan usaha melalui berbagai langkah strategis. Fokus utama program ini adalah pada peningkatan kapasitas digital dan pengambilan keputusan berbasis data.

Pertama, peningkatan kapasitas digital menjadi prioritas untuk membantu pelaku UMKM memanfaatkan teknologi modern dalam mendukung kegiatan usaha mereka. Pelatihan literasi digital akan diberikan guna memperkuat keterampilan pelaku usaha dalam menggunakan platform digital, seperti e-commerce dan media sosial, sebagai alat pemasaran. Hal ini diharapkan dapat memperluas jangkauan pasar produk lokal hingga ke luar daerah, sekaligus meningkatkan efisiensi dalam pengelolaan usaha sehari-hari.

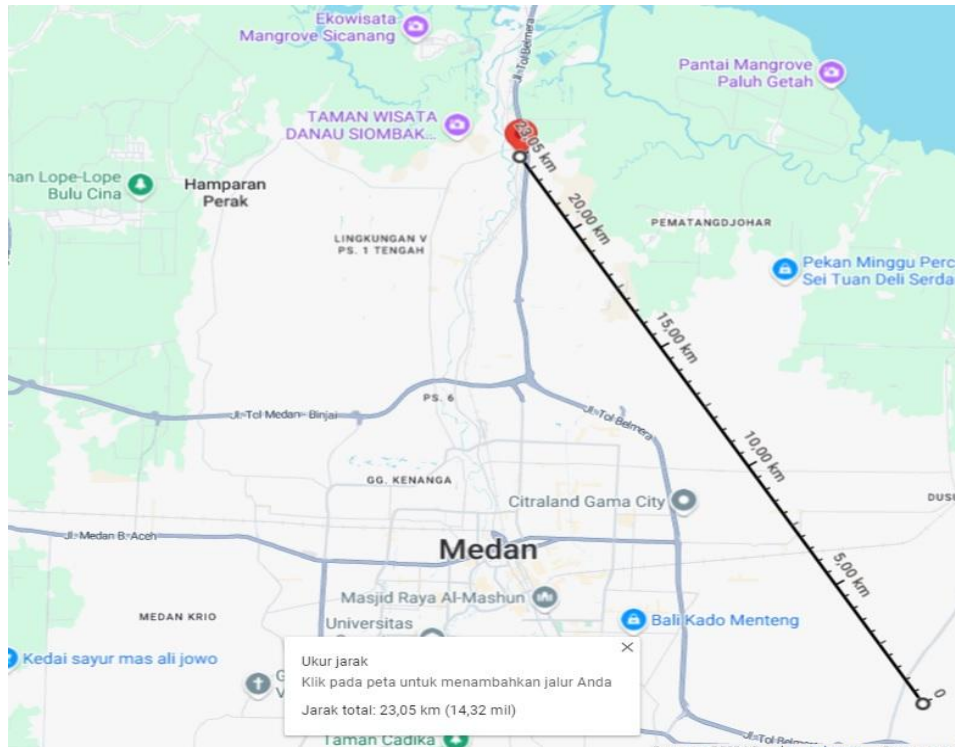
Kedua, program ini juga menargetkan peningkatan kemampuan UMKM dalam pengambilan keputusan yang berbasis data. Dengan menyediakan pemahaman tentang pengumpulan dan analisis data pasar, pelanggan, serta kinerja usaha, pelaku UMKM diharapkan mampu merancang strategi bisnis yang lebih efektif. Proses pengambilan keputusan yang berbasis data akan membantu UMKM lebih adaptif terhadap kebutuhan pasar yang terus berubah dan meningkatkan keberhasilan dalam menjalankan kebijakan bisnis mereka

Luaran program penguatan UMKM di Desa Buntu Bedimbar Deli Serdang mencakup beberapa dampak positif yang berkelanjutan bagi pelaku usaha dan masyarakat sekitar. Pertama, program ini diharapkan mampu meningkatkan daya saing UMKM lokal melalui penguasaan teknologi digital dan optimalisasi manajemen usaha, sehingga pelaku usaha dapat bersaing baik di pasar lokal maupun global. Kedua, pertumbuhan UMKM yang signifikan akan berkontribusi langsung pada peningkatan kesejahteraan masyarakat, menciptakan lebih banyak lapangan kerja, menurunkan tingkat pengangguran, serta meningkatkan pendapatan. Ketiga, integrasi teknologi dan penerapan pengambilan keputusan berbasis data memungkinkan UMKM untuk lebih responsif terhadap perubahan tren pasar, memastikan keberlanjutan usaha mereka dalam jangka panjang.



Gambar 1. Diagram Masalah, Target dan Luaran

Desa Buntu Bedimbar Deli Serdang terletak sekitar 23 kilometer dari lokasi kampus, menjadikannya daerah yang cukup dekat untuk dijangkau. Jarak ini memungkinkan adanya akses yang relatif mudah untuk kegiatan seperti penelitian, pengabdian masyarakat dan kolaborasi langsung antara mahasiswa, dosen, dan penduduk desa. Dengan waktu tempuh sekitar 30-45 menit tergantung kondisi lalu lintas, interaksi antara pihak kampus dan Desa Buntu Bedimbar dapat dilakukan secara rutin untuk mendukung program kegiatan pengabdian kepada masyarakat.



Gambar 2. Peta Lokasi Pengabdian Kepada Masyarakat

3. METODE PELAKSANAAN

Program penguatan UMKM ini dirancang untuk dilaksanakan dalam empat tahapan utama: perencanaan, persiapan, pelaksanaan, dan evaluasi.

a. Perencanaan

Pada tahap ini, tim penyelenggara menyusun rencana kegiatan secara rinci, termasuk menentukan tujuan spesifik, materi yang akan disampaikan, serta sasaran peserta. Penentuan lokasi di salah satu rumah warga yang biasa digunakan untuk kegiatan penyuluhan juga dilakukan pada tahap ini. Jadwal pelaksanaan diputuskan selama dua hari, yaitu tanggal 2 hingga 3 November 2024, guna memastikan waktu yang cukup untuk menyampaikan materi dan melakukan pendampingan.

b. Persiapan

Tahap ini melibatkan koordinasi dengan pemilik lokasi dan perangkat desa untuk memastikan semua fasilitas pendukung tersedia, seperti meja, kursi, dan perlengkapan presentasi. Bahan penyuluhan, termasuk modul pelatihan, alat bantu visual, serta perangkat pendukung teknologi, dipersiapkan secara lengkap. Undangan disebarluaskan kepada peserta UMKM, dan tim narasumber mempersiapkan materi terkait pemasaran digital serta pengambilan keputusan berbasis data.

c. Pelaksanaan

Program dilaksanakan selama dua hari di lokasi yang telah ditentukan. Hari pertama difokuskan pada pelatihan pemasaran digital, mencakup penggunaan platform e-commerce, strategi media sosial, dan optimalisasi Google My Business. Hari kedua dilanjutkan dengan workshop pengambilan keputusan berbasis data, di mana peserta belajar tentang pengumpulan data pelanggan dan analisis sederhana menggunakan alat seperti Google Analytics dan Excel. Penyampaian materi dikombinasikan dengan diskusi interaktif dan praktik langsung, guna memastikan peserta dapat mengaplikasikan apa yang dipelajari.

d. Evaluasi

Setelah kegiatan selesai, evaluasi dilakukan untuk menilai efektivitas program. Peserta diminta untuk mengisi kuesioner yang bertujuan mengumpulkan masukan terkait materi, penyelenggaraan, serta relevansi kegiatan terhadap kebutuhan usaha mereka. Kuesioner ini membantu dalam mengidentifikasi kekuatan program dan area yang perlu ditingkatkan.

Hasil dari evaluasi ini akan menjadi dasar penting untuk menyusun rekomendasi bagi pelaksanaan program serupa di masa mendatang. Selain itu, informasi yang diperoleh juga digunakan untuk memantau perkembangan UMKM yang telah mengikuti pelatihan. Data evaluasi mencakup respons peserta mengenai tingkat pemahaman terhadap materi, kesulitan yang dihadapi, serta manfaat yang mereka rasakan setelah mengikuti kegiatan. Langkah ini diharapkan dapat memastikan peningkatan kualitas program pelatihan berikutnya, sekaligus memberikan dukungan berkelanjutan kepada UMKM dalam mengadopsi keterampilan dan strategi yang relevan untuk mengembangkan usaha mereka.

4. HASIL DAN PEMBAHASAN

Pada tahap perencanaan, rencana kegiatan berhasil disusun secara rinci, meliputi identifikasi kebutuhan pelaku UMKM, penentuan materi yang relevan, serta sasaran program. Lokasi kegiatan di rumah salah satu warga disepakati dengan jadwal selama dua hari, yaitu 2–3 November 2024. Tahap ini sangat penting untuk memastikan kegiatan berjalan terstruktur. Dengan menetapkan sasaran yang jelas, yaitu pelaku UMKM yang membutuhkan pelatihan digital dan strategi pengambilan keputusan berbasis data, perencanaan berhasil menjadi panduan bagi seluruh pelaksana program. Pemilihan lokasi yang nyaman dan familiar bagi peserta juga mendukung keterlibatan aktif mereka selama kegiatan berlangsung.

Persiapan berjalan lancar dengan koordinasi efektif antara tim pelaksana dan perangkat desa. Materi pelatihan, modul, serta perangkat teknologi (seperti laptop dan koneksi internet) tersedia dengan baik. Peserta yang diundang mencapai target jumlah yang diharapkan. Koordinasi dengan perangkat desa dan pemilik lokasi terbukti efisien, memungkinkan suasana pelatihan menjadi kondusif. Modul pelatihan yang dirancang sesuai kebutuhan peserta menunjukkan bahwa persiapan sudah menyesuaikan dengan tingkat pemahaman target audiens. Namun, tantangan kecil terkait kestabilan jaringan internet menjadi perhatian, meskipun berhasil diatasi dengan dukungan perangkat cadangan.

Tahap pelaksanaan kegiatan program penguatan UMKM di Desa Buntu Bedimbar berlangsung selama dua hari, yakni pada 2–3 November 2024, di salah satu rumah warga yang sudah sering digunakan untuk kegiatan penyuluhan. Pelaksanaan kegiatan dimulai dengan pelatihan pemasaran digital pada hari pertama, yang mencakup pengenalan platform e-commerce seperti Tokopedia dan Shopee, optimalisasi media sosial seperti Instagram dan Facebook, serta pemanfaatan fitur Google My Business. Materi pemasaran ini dirancang untuk membantu peserta memahami cara meningkatkan visibilitas dan aksesibilitas produk mereka kepada calon pelanggan. Praktik langsung menjadi fokus utama, di mana peserta diarahkan untuk membuat akun di platform e-commerce, mengunggah produk, dan menyusun strategi konten pemasaran yang efektif di media sosial. Peserta menunjukkan antusiasme yang tinggi, terutama dalam mempelajari teknik membuat konten visual yang menarik dan menulis deskripsi produk yang informatif.

Hari kedua berlanjut dengan pelatihan pengambilan keputusan berbasis data. Pada sesi ini, peserta diajarkan teknik dasar pengumpulan data pelanggan, misalnya melalui survei sederhana dan analisis interaksi di media digital. Selain itu, peserta juga diperkenalkan pada alat bantu analisis data seperti Google Analytics dan Microsoft Excel untuk mengolah informasi pasar dan kinerja usaha. Beberapa peserta merasa konsep ini lebih kompleks dibandingkan pemasaran digital, terutama terkait interpretasi data dan penerapannya dalam kebijakan bisnis. Oleh karena itu, pelaksana memberikan pendampingan intensif, memastikan setiap peserta mendapatkan pemahaman yang memadai.

Sesi pelatihan ini diselingi dengan diskusi interaktif dan penyajian studi kasus yang relevan dengan kondisi nyata usaha para peserta. Diskusi interaktif dirancang untuk mendorong peserta agar aktif berbagi pengalaman dan tantangan yang mereka hadapi dalam mengelola usaha. Dalam sesi ini, banyak peserta mengungkapkan kendala utama yang dialami, terutama dalam memasarkan produk secara digital. Mereka menyebutkan bahwa kurangnya pemahaman terhadap strategi pemasaran di platform e-commerce dan media sosial menjadi hambatan untuk menjangkau pasar yang lebih luas. Selain itu, kesulitan dalam menganalisis preferensi pelanggan dan memahami pola kebutuhan pasar juga menjadi tantangan yang kerap dihadapi oleh sebagian besar peserta.

Studi kasus yang digunakan selama pelatihan mencerminkan skenario usaha lokal, sehingga lebih mudah dipahami dan relevan bagi peserta. Pelaksana memberikan arahan praktis untuk membantu

peserta menemukan solusi dari permasalahan yang dihadapi. Salah satu pendekatan yang diterapkan adalah memanfaatkan data penjualan sederhana untuk menentukan produk yang paling diminati oleh pelanggan. Peserta diajarkan cara mengelompokkan data berdasarkan jenis produk, volume penjualan, dan kategori pelanggan, sehingga mereka dapat membuat strategi penawaran yang lebih terarah.

Metode pelatihan ini tidak hanya membantu peserta memahami materi, tetapi juga mendorong mereka untuk berpikir kritis dan kreatif dalam mencari solusi. Diskusi yang terbuka serta bimbingan langsung dari pelaksana memberikan kesempatan bagi peserta untuk menggali lebih dalam bagaimana data dan teknologi dapat digunakan untuk mengembangkan usaha mereka secara efektif dan berkelanjutan.



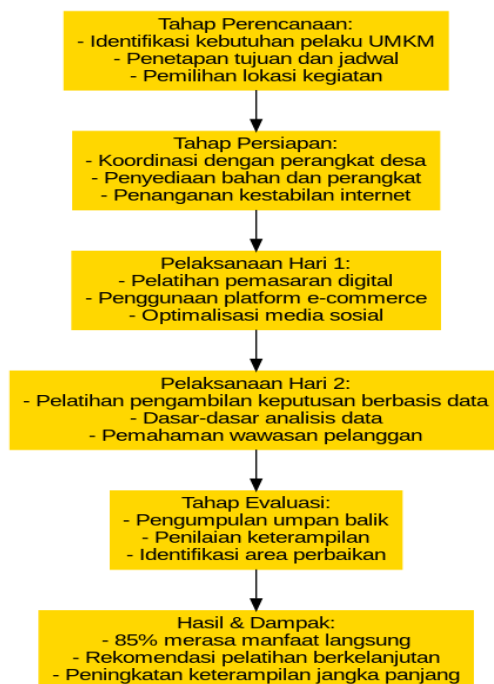
Gambar 3. Pelaksanaan Kegiatan

Hasil evaluasi menunjukkan bahwa 85% peserta merasa program memberikan manfaat langsung bagi usaha mereka. Beberapa peserta melaporkan peningkatan pemahaman dalam memanfaatkan teknologi digital, sementara sebagian lain merasa tertantang untuk mulai menerapkan pengambilan keputusan berbasis data. Tahap evaluasi menjadi salah satu indikator utama untuk menilai keberhasilan program secara keseluruhan. Evaluasi dilakukan dengan mengumpulkan umpan balik peserta melalui kuesioner yang mencakup aspek materi, pelaksanaan, dan relevansi kegiatan terhadap kebutuhan mereka. Hasil dari kuesioner ini mengungkapkan beberapa poin penting yang menjadi perhatian untuk pengembangan program ke depan. Sebagian peserta menyatakan bahwa materi pelatihan sangat bermanfaat, namun mereka merasa perlu adanya panduan sederhana yang lebih aplikatif untuk diterapkan dalam kegiatan sehari-hari. Panduan ini diharapkan dapat memudahkan pelaku UMKM dalam mengaplikasikan ilmu yang telah diperoleh, khususnya terkait strategi pemasaran digital dan analisis data usaha.

Selain itu, beberapa peserta menyarankan agar pelatihan serupa diadakan secara berkala. Menurut mereka, sesi pelatihan lanjutan akan sangat membantu untuk memantau perkembangan usaha mereka, sekaligus memberikan solusi terhadap tantangan baru yang mungkin dihadapi. Hal ini menunjukkan antusiasme peserta terhadap program serta kebutuhan akan pendampingan yang berkesinambungan dalam proses pengelolaan usaha mereka.

Hasil evaluasi ini menunjukkan bahwa program pelatihan tidak hanya memberikan manfaat jangka pendek berupa peningkatan keterampilan teknis, tetapi juga berkontribusi secara signifikan dalam membuka wawasan pelaku UMKM terhadap cara pengelolaan usaha yang lebih modern, strategis, dan berbasis teknologi. Peserta mendapatkan pemahaman baru mengenai pentingnya adaptasi terhadap perubahan pasar yang dinamis, sehingga mereka lebih siap untuk bersaing dalam lingkungan usaha yang semakin kompetitif. Pandangan ini tidak hanya memberikan dampak langsung terhadap praktik usaha peserta, tetapi juga menciptakan pola pikir yang mendukung inovasi berkelanjutan.

Evaluasi ini juga menjadi acuan penting dalam merancang program pelatihan berikutnya agar lebih relevan dengan kebutuhan spesifik pelaku UMKM. Pendekatan yang disesuaikan memungkinkan pelatihan masa depan memperkuat hasil yang dicapai sekaligus mendorong keberlanjutan program pengembangan usaha di Desa Buntu Bedimbar, dengan fokus pada pemberdayaan berkelanjutan.



Gambar 4. Flowchart Proses Pelatihan UMKM: Dari Perencanaan hingga Evaluasi

5. KESIMPULAN

Pelaksanaan program ini berlangsung dengan baik meskipun ada beberapa tantangan kecil, terutama terkait kestabilan jaringan internet yang sempat mengganggu kelancaran sesi tertentu. Namun, hal ini dapat diatasi dengan dukungan perangkat cadangan, sehingga kegiatan dapat terus berjalan tanpa mengurangi kualitas pelatihan. Pada hari pertama, fokus utama pelatihan adalah pemasaran digital, yang meliputi penggunaan platform e-commerce seperti Tokopedia dan Shopee, optimalisasi media sosial (Instagram dan Facebook), serta pemanfaatan fitur Google My Business. Sesi ini berhasil meningkatkan pemahaman peserta tentang pentingnya visibilitas produk mereka secara online, serta cara memanfaatkan media sosial untuk menarik perhatian konsumen. Antusiasme peserta tampak sangat tinggi, terutama ketika mereka diberi kesempatan untuk berlatih secara langsung membuat akun di platform e-commerce dan merancang strategi pemasaran melalui konten visual yang menarik.

Pada hari kedua, peserta dihadapkan pada materi yang lebih kompleks terkait pengambilan keputusan berbasis data. Dalam sesi ini, mereka diajarkan tentang pengumpulan data pelanggan melalui survei dan analisis interaksi digital, yang memanfaatkan alat bantu seperti Google Analytics dan Microsoft Excel. Peserta diminta untuk memahami cara mengolah data yang terkumpul guna menyusun keputusan yang lebih berbasis informasi dan fakta. Meskipun konsep ini terasa lebih rumit bagi sebagian peserta, terutama dalam hal interpretasi data dan penerapannya dalam strategi bisnis, pelaksana memberikan pendampingan intensif untuk memastikan bahwa mereka dapat menguasai materi tersebut. Pendampingan langsung selama sesi memungkinkan peserta untuk lebih memahami penerapan praktis pengambilan keputusan berbasis data dalam kehidupan bisnis mereka sehari-hari.

Evaluasi terhadap program menunjukkan hasil yang positif, dengan 85% peserta melaporkan adanya peningkatan dalam pemahaman mereka tentang digital marketing dan pengelolaan data. Namun, sebagian peserta mengungkapkan kebutuhan akan panduan yang lebih sederhana dan terstruktur yang bisa mereka terapkan langsung dalam operasional bisnis mereka. Evaluasi ini juga mengungkapkan permintaan untuk pelatihan lanjutan secara berkala untuk membantu peserta memantau perkembangan usaha mereka serta memperoleh solusi terhadap tantangan baru yang mungkin muncul. Hasil evaluasi ini semakin memperjelas pentingnya penyusunan program pelatihan yang tidak hanya menyediakan wawasan baru, tetapi juga menyediakan dukungan berkelanjutan yang dapat mendorong pengembangan usaha pelaku UMKM ke arah yang lebih efektif dan efisien.

UCAPAN TERIMAKASIH

Kami mengucapkan terima kasih yang sebesar-besarnya kepada seluruh pihak yang telah berkontribusi dalam keberhasilan pelaksanaan program penguatan UMKM di Desa Buntu Bedimbar. Terima kasih kepada peserta yang telah aktif berpartisipasi dan menunjukkan antusiasme tinggi dalam setiap sesi pelatihan. Kami juga mengucapkan terima kasih kepada perangkat desa dan pemilik lokasi yang telah mendukung kelancaran kegiatan ini, serta memastikan suasana pelatihan yang nyaman dan kondusif.

Kami juga menyampaikan penghargaan kepada tim pelaksana yang telah bekerja keras dalam merancang dan mengimplementasikan materi pelatihan dengan penuh dedikasi, serta memberikan pendampingan yang intensif agar setiap peserta dapat memperoleh pemahaman yang maksimal. Terima kasih kepada semua pihak yang telah bekerja sama untuk memastikan terselenggaranya program ini dengan baik.

Semoga ilmu yang diperoleh dapat diterapkan dengan baik oleh para pelaku UMKM dan memberikan dampak positif bagi perkembangan usaha mereka. Kami berharap program ini dapat terus berlanjut dan semakin bermanfaat bagi masyarakat, serta memberikan kontribusi terhadap kemajuan ekonomi di desa ini.

DAFTAR PUSTAKA

- Aliyah, A. H. (2022). Peran Usaha Mikro Kecil dan Menengah (UMKM) untuk Meningkatkan Kesejahteraan Masyarakat. *WELFARE Jurnal Ilmu Ekonomi*, 3(1), 64–72. <https://doi.org/10.37058/wlfr.v3i1.4719>
- Hasibuan, I. M., & Marliyah. (2024). Obstacles of accessibility of financing for micro small and medium enterprises (MSMEs) from financial institution. *Aksioma: Jurnal Manajemen*, 3(1), 15–24.
- Hidayat, F., & Harefa, D. (2022). Analysis Of The Effect Of Entrepreneurship Strategy And Entrepreneurship Knowledge In Increase Sales Volume (Case Study On Traders In Asia Megamas Medan). *Management Studies and Entrepreneurship Journal*, 3(6), 3359–3367. <http://journal.yrpiiku.com/index.php/msej>
- Hidayat, F., & Veronica, A. (2022). Determination of Entrepreneurial Knowledge and Locus of Control Through the Family Environment in the Interest of Entrepreneurship Students STMB MULTI SMART Medan. *International Journal of Economic*, 315–324. <https://doi.org/10.55299/ijec.v1i2.175>
- Khotimah, K., Rinda, R. T., Putera, D. A., Wairisal, P. L., Hidayat, F., Sudirman, A., Walenta, A. S., Rachmawati, I., Dermawan, A. A., & Hasnin, H. R. (2022). *Kewirausahaan (Sejarah, Peluang, dan Tantangan)*. Media Sains Indonesia.
- Khotimah, K., Wutsqo, A. U., & Huda, M. (2017). Peningkatan Kinerja Pemasaran Melalui Inovasi Produk Dan Orientasi Kewirausahaan (Studi Pada Usaha Kecil Dan Mikro Alat Pel Desa Damarjati). *Sketsa Bisnis*, 4(2), 76–84.
- Martusa, R., Meythi, M., Margaretha, Y., & ... (2024). Inovasi Produk pada Usaha Mikro Kecil dan Menengah (UMKM). *Aksara: Jurnal Ilmu ...*, 10(January), 91–98. <https://ejournal.pps.ung.ac.id/index.php/Aksara/article/view/2337>
- Mashuri, M. (2019). Analisis Strategi Pemasaran UMKM Di Era 4.0. *IQTISHADUNA: Jurnal Ilmiah Ekonomi Kita*, 8(2), 215–224. <https://doi.org/10.46367/iqtishaduna.v8i2.175>
- Tambunan, C. R. (2023). *Kontribusi UMKM dalam Perekonomian Indonesia*. <https://djpb.kemenkeu.go.id/kppn/lubuksikapung/id/data-publikasi/artikel.html?start=10>
-