

Pendampingan Strategis untuk Meningkatkan Daya Saing UMKM Ramenku melalui Literasi Keuangan dan Strategi Bisnis Berkelanjutan

Strategic Assistance to Enhance the Competitiveness of Ramenku MSME through Financial Literacy and Sustainable Business Strategies

Vanessa Kezia, Febrina Aileen Chertian, Valencia Andela, Jesshelyn Angelie, Violyn Valensya Gunawan, Mariana Ing Malelak

School of Business and Management, Universitas Kristen Petra

Correspondence Email: keziavanessa2646@gmail.com

Abstrak

UMKM memiliki peran strategis dalam pertumbuhan ekonomi di Indonesia, namun masih menghadapi berbagai tantangan seperti rendahnya literasi keuangan dan kurangnya strategi bisnis yang berkelanjutan. Kegiatan pengabdian masyarakat ini dilaksanakan untuk membantu UMKM Ramenku yang berlokasi di Surabaya Selatan, guna meningkatkan daya saing melalui pendampingan literasi keuangan dan penyusunan strategi bisnis. Metode yang digunakan mencakup wawancara mendalam, edukasi interaktif, serta pelatihan langsung dalam pencatatan keuangan sederhana menggunakan Aplikasi Money Manager. Edukasi diberikan dalam bentuk presentasi dan video-video pembelajaran, disertai evaluasi melalui *pre-test* dan *post-test*. Program ini diharapkan dapat meningkatkan pemahaman pemilik UMKM terhadap manajemen keuangan dan strategi bisnis, antusiasme peserta, serta mendorong perilaku seperti mulai melakukan pencatatan arus kas harian dan menyusun perencanaan keuangan jangka panjang. Selain itu, pada aspek pemasaran dan *branding* membantu pemilik usaha membangun identitas merek yang lebih kuat dan meningkatkan daya tarik pasar. Hasil ini menunjukkan pentingnya pendekatan kolaboratif berbasis pengalaman untuk membentuk perilaku manajerial yang lebih baik pada UMKM. Kesimpulannya, kegiatan ini berhasil memperkuat kapasitas UMKM secara menyeluruh dan direkomendasikan untuk direplikasi dalam skala yang lebih luas sebagai upaya peningkatan kualitas dan keberlanjutan usaha kecil di Indonesia.

Kata kunci: UMKM, Literasi Keuangan, Pendampingan UMKM, Strategi Bisnis

Abstract

UMKM play a strategic role in Indonesia's economic growth, yet they still face various challenges such as low financial literacy and a lack of sustainable business strategies. This community service program was implemented to support Ramenku, an UMKM located in Surabaya Selatan, in enhancing its competitiveness through financial literacy assistance and business strategy development. The method involved in-depth interviews, interactive education, and hands-on training in simple financial recording using Money Manager Application. The educational sessions were delivered through presentations and educational videos, accompanied by evaluations using pre-tests and post-tests. The program aimed to improve the owner's understanding of financial management and business strategies. The participants showed enthusiasm and behavioral changes, such as beginning to record daily cash flows and develop long-term financial planning. In addition, the intervention in marketing and branding helped the business owner build a stronger brand identity and increase market appeal. These results highlight the importance of experiential and collaborative approaches in shaping better managerial

Article History:

Submitted: 10-06-2025, Revised: 21-02-2026, Accepted: 20-08-2026, Published 31-08-2026



behavior among UMKM. In conclusion, this program successfully strengthened the overall capacity of the UMKM and is recommended for broader replication as part of efforts to enhance the quality and sustainability of small businesses in Indonesia.

Keywords: UMKM, Financial Literacy, UMKM Assistance, Business Strategy

PENDAHULUAN

UMKM memiliki peran strategis dalam mendorong pertumbuhan ekonomi, menciptakan lapangan kerja, dan mengurangi tingkat pengangguran, khususnya di Indonesia sebagai negara berkembang [1]. Hal ini dibuktikan oleh data [2] yang menunjukkan bahwa pada tahun 2021, jumlah UMKM mencapai 64,19 juta unit dengan kontribusi terhadap produk domestik bruto (PDB) sebesar 61,07% atau senilai Rp8.573,89 triliun. Dari total kontribusi UMKM tersebut, sektor makanan dan minuman memiliki peran yang signifikan. Sedangkan berdasarkan data tahun 2022, menurut data [3], sektor makanan dan minuman menyumbang sekitar 38,05% dari industri pengolahan nonmigas atau sekitar 6,61% dari total PDB nasional yang sebagian besar pelaku di sektor ini adalah usaha kecil dan mikro. Dengan demikian, UMKM sektor ini bukan hanya menjadi bagian penting dari UMKM secara keseluruhan, tetapi juga memberikan kontribusi signifikan terhadap pertumbuhan ekonomi lokal maupun nasional.

Sayangnya, potensi besar ini terhambat oleh berbagai tantangan yang mendasar. Tantangan utama yang dihadapi UMKM meliputi keterbatasan modal, akses pemasaran yang terbatas, keterampilan manajerial yang masih rendah, serta tekanan persaingan dari ritel modern [4]. [5] Mengidentifikasi keterbatasan modal, kesulitan pemasaran, akses informasi yang terbatas, serta rendahnya kualitas sumber daya manusia dan teknologi sebagai beberapa rintangan utama yang dihadapi UMKM. Permasalahan ini semakin diperparah oleh rendahnya tingkat literasi keuangan dan kewirausahaan di kalangan masyarakat. [6] Kesenjangan akses pelatihan kewirausahaan dan manajemen keuangan terutama bagi masyarakat di daerah terpencil atau kurang mampu menjadi hambatan bagi pelaku UMKM saat ini. Hal ini mengakibatkan kesenjangan pengetahuan dan keterampilan yang diperlukan untuk mengembangkan usaha, yang berujung pada hilangnya kesempatan untuk menciptakan lapangan kerja dan meningkatkan kesejahteraan hidup.

Melihat tantangan-tantangan ini, diperlukan langkah-langkah strategis dengan solusi nyata untuk memastikan pemerataan akses terhadap pelatihan kewirausahaan dan manajemen keuangan, sehingga potensi ekonomi masyarakat dapat diaktifkan secara lebih merata. Program pendampingan komprehensif yang berfokus pada peningkatan manajemen keuangan, penyusunan laporan keuangan sederhana, perencanaan bisnis berkelanjutan, dan pemanfaatan teknologi digital untuk pemasaran dan *branding*, menjadi solusi krusial. Melalui pendampingan ini, kami bertujuan untuk mengatasi keterbatasan modal, akses informasi, dan keterampilan teknologi yang menghambat pertumbuhan

UMKM. Dengan membekali pelaku UMKM dengan pengetahuan dan keterampilan yang relevan agar UMKM sektor makanan dan minuman dapat beradaptasi dengan perubahan pasar, memanfaatkan peluang ekonomi digital, dan pada akhirnya memperkuat daya saing sehingga dapat berkontribusi pada pertumbuhan ekonomi yang lebih luas, dan menciptakan lapangan kerja yang lebih banyak bagi masyarakat.

METODE

Kegiatan pengabdian masyarakat dilaksanakan dengan metode *in-depth interview*. Kegiatan ini merupakan bagian dari mata kuliah Keuangan Kewirausahaan dan dilaksanakan oleh satu kelompok mahasiswa yang terdiri dari 5 orang atau lima orang, di bawah bimbingan dosen pembimbing. Pendampingan ini dilakukan selama dua bulan dengan beberapa kali kunjungan dan penyesuaian. Pengabdian masyarakat ini ditujukan pada UMKM yang berada di Surabaya Selatan, yaitu Ramenku.

Penentuan subjek ditetapkan berdasarkan kemampuan mahasiswa dan potensi bantuan yang dapat diberikan oleh mahasiswa. Kegiatan pengabdian masyarakat dilakukan dengan memanfaatkan peluang media digital dalam bisnis UMKM sehingga dapat meningkatkan literasi finansial dan peluang bisnis. Menurut [7], memiliki pengetahuan keuangan merupakan hal yang sangat krusial bagi pemilik usaha untuk meningkatkan kinerja bisnis, sehingga UMKM dapat terus berkembang. Berikut ini adalah beberapa tahapan yang dilakukan dalam pelaksanaan kegiatan tersebut:

Tahapan Persiapan (*Preparation*)

Pada persiapan kegiatan pengabdian masyarakat, kemampuan untuk merancang dan mempersiapkan materi yang efektif dan berguna akan dibutuhkan ketika mematangkan strategi UMKM dalam mencapai kesuksesannya. Tahap pertama yang dilakukan adalah mencari dan memilih UMKM yang akan menjadi subjek pengabdian masyarakat dengan kriteria pemilihan adalah UMKM tersebut memiliki permasalahan dalam manajemen keuangan. Identifikasi usaha ini menjadi awal dalam penentuan materi yang harus diberikan pada UMKM. Penyusunan materi yang disampaikan dilakukan agar pendampingan pada UMKM menjadi lebih fokus, efektif, dan efisien. Setelah melakukan riset dari beberapa UMKM, UMKM Ramenku yang berada di Surabaya Selatan menjadi pilihan bagi kelompok mahasiswa karena sesuai dengan kriteria yang dibutuhkan. Setelah menetapkan UMKM yang menjadi subjek, hal selanjutnya adalah melakukan *in-depth interview* dengan pemilik Ramenku untuk mengetahui permasalahan secara lebih mendalam dan detail. Setelah mengetahui permasalahan secara lebih rinci, kelompok mahasiswa melakukan diskusi menyeluruh dan menyusun materi yang akan disampaikan pada UMKM tersebut.



Gambar 1. Alur pelaksanaan kegiatan

Tahap Pelaksanaan (*Implementation*)

Tahap selanjutnya yaitu pelaksanaan kegiatan. Selama kegiatan pengabdian masyarakat, melakukan sosialisasi ke UMKM Ramenku yang dilakukan kelompok mahasiswa sebanyak empat kali yang dilakukan pada siang hari, pada tanggal 25 April, 28 April, 16 Mei, dan 27 Mei 2025. Pelaksanaan kegiatan pengabdian masyarakat ini diawali dengan berkumpul pada 10.30 WIB untuk melakukan *briefing* antar anggota kelompok, melakukan persiapan, dan pembagian tugas masing-masing anggota kelompok. Berikut merupakan susunan pelaksanaan aktivitas kegiatan pengabdian masyarakat yang telah dirancang:

1. Melakukan *pre-test* dan *post-Test*

Kegiatan pengabdian masyarakat ini diawali dengan memberikan *pre-test* yang berisi literasi finansial yang akan diberikan pada pemilik UMKM. *Pre-test* digunakan untuk mengukur tingkat pemahaman peserta sebelum pemberian edukasi pada pemilik Ramenku. Hal ini bertujuan agar kelompok mahasiswa mengetahui tingkat literasi finansial pemilik UMKM. Menurut [7] *pre-test/post-test* adalah salah satu dari tiga metode evaluasi yang sangat disarankan untuk digunakan, karena alat ini merupakan bentuk penilaian langsung yang singkat namun efektif dalam membantu meningkatkan hasil pembelajaran atau edukasi. Sebelum mengisi, pemilik akan diberikan instruksi pengisian dan bantuan dalam memahami istilah asing. Setelah selesai mengisi, hasil *pre-test* akan disimpan untuk mengukur hasil edukasi yang dilakukan. Kemudian, pemilik akan dijelaskan tujuan dari *pre-test* dengan tujuan dapat menunjukkan dampak kegiatan pengabdian masyarakat pada pengetahuan finansial pemilik UMKM yang diukur melalui pemberian *post-test* pada akhir periode pengabdian masyarakat.

2. Literasi Keuangan

Selama periode kegiatan pengabdian masyarakat, kelompok mahasiswa akan memberikan edukasi finansial melalui media berupa presentasi sederhana dan juga dibantu oleh media pendukung berupa video-video edukasi finansial. Media video memiliki pengaruh yang lebih cepat terhadap individu dibandingkan dengan media lainnya, karena penyajiannya menggunakan cahaya sebagai titik fokus, yang dapat memengaruhi pikiran dan emosi manusia secara lebih efektif. [8]. Pemberian literasi keuangan terkait konsep dasar keuangan, arus kas (*cash flow*), dan penyusunan laporan keuangan

sederhana diharapkan akan menambah pengetahuan finansial UMKM sehingga dapat memberi dampak positif pada pemilik. Menurut penelitian oleh [9] dan [10] yang menunjukkan bahwa literasi keuangan berpengaruh terhadap pengembangan usaha UMKM. Kelompok mahasiswa menerapkan hal tersebut agar tercapainya kesejahteraan keuangan yang lebih baik pada UMKM Ramenku.



Gambar 2. Penjelasan literasi keuangan pada UMKM Ramenku

3. Pendampingan Pengisian Money Manager

Kegiatan pengabdian masyarakat dilengkapi dengan pendampingan pengisian pada Aplikasi Money Manager. Money Manager digunakan untuk pencatatan arus kas sederhana, termasuk pada pencatatan pemasukan dan pengeluaran UMKM. Pendampingan UMKM dalam memanfaatkan konsep literasi keuangan dalam praktik di lapangan akan memudahkan pencatatan dan memantau perputaran arus kas UMKM. Pendampingan ini dilakukan secara berkala hingga pemilik UMKM terbiasa dan memahami dalam penggunaan Aplikasi Money Manager dalam bertransaksi.

4. Strategi Bisnis

Selain manajemen keuangan yang baik, UMKM diberikan edukasi sehingga memiliki akses pada perencanaan strategi bisnis yang baik. Kelompok mahasiswa memberikan bantuan terhadap UMKM terkait analisis pasar, identifikasi keunggulan kompetitif UMKM, dan perencanaan pengembangan usaha sehingga memiliki daya saing yang lebih baik. Hasil penelitian oleh [11] menunjukkan bahwa *business plan* menjadi instrumen kunci dalam melakukan proyeksi dan analisis bagi pengambil keputusan, serta menjadi pedoman strategis untuk mencapai tujuan bisnis yang diinginkan. Dengan demikian, perencanaan strategi bisnis yang mencakup konsep bisnis, analisis pasar, dan aspek finansial, menjadi faktor krusial dalam meningkatkan nilai UMKM.

5. Penyusunan Strategi Pemasaran dan *Branding*

Kelompok mahasiswa juga melakukan bantuan pada pemasaran dan *branding* Ramenku dengan tujuan menentukan target pasar secara spesifik sehingga strategi pemasaran yang lebih efektif. Selain itu, branding atau membangun identitas merek yang kuat akan meningkatkan jangkauan UMKM dalam menarik minat pelanggan dan meningkatkan penjualan. Pentingnya *brand identity* yang kuat bagi UMKM untuk membedakan diri dari pesaing dan mempromosikan produk atau jasa mereka secara efektif [3].



Gambar 3. *Brand identity* yang dapat digunakan

Tahap Evaluasi (*Evaluation*)

Pada tahap evaluasi, dilakukan beberapa survei untuk mengukur efektivitas program kunjungan serta memperoleh masukan dari pihak UMKM. Evaluasi awal dilakukan dengan pelaksanaan *pre-test* yang diberikan kepada pemilik UMKM sebelum kegiatan edukasi dimulai. *Pre-test* ini bertujuan untuk mengukur sejauh mana pemahaman awal pelaku UMKM mengenai konsep dasar literasi keuangan dan manajemen usaha. Setelah seluruh sesi edukasi dan pendampingan selesai, pelaku UMKM kembali diminta untuk mengisi *post-test* dengan materi serupa guna mengukur peningkatan pemahaman yang diperoleh setelah mengikuti rangkaian kegiatan. Selain itu, sebagai upaya untuk terus meningkatkan kualitas program pengabdian, tim mahasiswa juga menyediakan formulir evaluasi kegiatan yang diisi oleh pelaku UMKM. Formulir ini mencakup pertanyaan-pertanyaan terkait pelaksanaan kegiatan, relevansi dan pemahaman materi yang disampaikan, efektivitas metode

penyampaian, serta saran dan masukan untuk tim mahasiswa. Data yang terkumpul dari *pre-test*, *post-test*, dan formulir evaluasi ini kemudian dianalisis untuk menilai keberhasilan program pendampingan, serta menjadi acuan dalam pengembangan kegiatan pengabdian masyarakat sejenis di masa yang akan datang.

Tabel 1. Hasil *pre-test* dan *post-test*

No	Pertanyaan	Hasil <i>Pre-test</i>	Hasil <i>Post-test</i>
1.	Apakah Anda saat ini mencatat seluruh pemasukan dan pengeluaran usaha Anda?	Sebagian saja	Ya
2.	Apakah Anda memahami perbedaan antara laba dan omzet?	Ya	Ya
3.	Berapa kali Anda menghitung keuntungan usaha dalam sebulan?	Tidak pernah	Lebih dari 1 kali
4.	Apakah Anda pernah menggunakan Aplikasi Money Manager?	Tidak	Ya
5.	Apa yang Anda ketahui tentang Aplikasi Money Manager?	Tidak tahu sama sekali	Aplikasi yang digunakan untuk mencatat transaksi pemasukan dan pengeluaran dengan rapi
6.	Apakah usaha Anda memiliki logo dan identitas visual (warna khas, kemasan, dll)?	Ada logo, tetapi tidak ada identitas/branding	Sedang dalam proses
7.	Media apa yang paling sering Anda gunakan untuk promosi usaha?	Tidak pernah promosi	Instagram
8.	Apakah Anda memiliki rencana jangka panjang untuk pengembangan usaha (misalnya membuka cabang, memperluas pasar)?	Ada, tapi tidak tahu harus mulai dari mana	Ya, sudah ada progres

Berdasarkan tabel 1 hasil *pre-test* dan *post-test* dapat disimpulkan apabila UMKM Ramenku menunjukkan adanya perubahan yang signifikan dalam pengetahuan, pemahaman, serta perilaku

usaha UMKM Ramenku setelah diberikan pelatihan atau pendampingan. Hal tersebut menunjukkan bahwa pelatihan atau pendampingan yang terstruktur dan relevan dapat memberikan dampak hanya terhadap peningkatan kapasitas pelaku usaha, terutama dalam pengelolaan UMKM yang sering kali belum memiliki sistem yang baik.

HASIL DAN PEMBAHASAN

Hasil kegiatan pengabdian masyarakat pada UMKM Ramenku menunjukkan bahwa intervensi yang diberikan tidak hanya meningkatkan pemahaman pemilik usaha, tetapi juga memicu perubahan perilaku manajerial yang sebelumnya belum terbentuk. Dampak program dapat dilihat pada tiga hal utama, yaitu perubahan kognitif, perubahan perilaku, dan perubahan orientasi strategis usaha. Pada lapisan kognitif, pemilik usaha mulai memahami konsep dasar literasi keuangan, fungsi pencatatan, dan pentingnya perencanaan bisnis. Pada perilaku, pemilik mulai menerapkan pencatatan arus kas harian dan menggunakan Aplikasi *Money Manager*. Sementara itu, pada lapisan strategis, mulai muncul kesadaran mengenai pentingnya pemasaran, *branding*, dan perencanaan usaha jangka panjang. Dengan demikian, hasil program ini tidak berhenti pada transfer pengetahuan, tetapi bergerak sampai pada perubahan cara pelaku usaha mengelola bisnisnya.

a. Peningkatan Pemahaman dan Antusiasme UMKM terhadap Literasi Keuangan

Peningkatan pemahaman pelaku UMKM terhadap literasi keuangan dapat dilihat dari hasil *pre-test* dan *post-test*, tetapi maknanya tidak hanya terletak pada perubahan jawaban semata. Perubahan tersebut menunjukkan adanya pergeseran dari kondisi awal yang pasif dan belum terstruktur menuju kondisi yang lebih siap untuk belajar dan menerapkan materi yang diberikan. Sebelum pendampingan, beberapa indikator menunjukkan keterbatasan dasar dalam pengelolaan usaha, seperti pencatatan keuangan yang hanya dilakukan sebagian, tidak pernah menghitung keuntungan usaha dalam sebulan, belum mengenal Aplikasi *Money Manager*, tidak pernah melakukan promosi, serta belum memiliki arah implementatif yang jelas untuk rencana pengembangan usaha. Setelah pendampingan, jawaban *post-test* memperlihatkan perubahan ke arah yang lebih operasional: pencatatan dilakukan, aplikasi mulai digunakan, promosi mulai dilakukan melalui Instagram, dan rencana jangka panjang mulai menunjukkan progres.

Temuan ini penting karena menunjukkan bahwa persoalan utama UMKM Ramenku pada awalnya bukan hanya kurangnya informasi, melainkan juga belum adanya sistem berpikir usaha yang terstruktur. Dengan kata lain, program ini bekerja bukan sekadar sebagai sarana edukasi, tetapi sebagai pemicu terbentuknya kesadaran manajerial. Antusiasme pemilik UMKM selama proses pendampingan memperkuat temuan tersebut. Respon aktif, inisiatif bertanya, dan keterlibatan dalam

diskusi menunjukkan bahwa metode pendampingan yang diterapkan mampu menciptakan proses belajar yang partisipatif. Temuan ini sejalan dengan pendekatan *experiential learning* [12], di mana pemahaman lebih mudah terbentuk ketika peserta tidak hanya menerima materi, tetapi langsung mengaitkannya dengan pengalaman usahanya sendiri.

b. Perubahan Pola Pengelolaan Keuangan UMKM Ramenku

Sebelum program dilaksanakan, UMKM Ramenku belum memiliki sistem pencatatan keuangan yang terstruktur dan pengelolaan usaha masih sangat bergantung pada ingatan pemilik. Kondisi ini menunjukkan kerentanan yang cukup besar, karena keputusan usaha diambil tanpa dasar informasi keuangan yang terdokumentasi. Dalam situasi seperti ini, pelaku usaha berisiko mengalami kesalahan dalam menilai kondisi bisnisnya sendiri, terutama dalam membedakan arus masuk dan arus keluar kas, membaca keuntungan, serta mengevaluasi performa usaha secara berkala.

Setelah dilakukan pendampingan dalam empat kali kunjungan, perubahan yang muncul justru berada pada aspek yang paling mendasar namun paling menentukan, yaitu kebiasaan mencatat arus kas harian. Dari sudut analisis, perubahan ini sangat penting karena pencatatan merupakan fondasi awal dari manajemen keuangan UMKM. Tanpa pencatatan, pemilik usaha tidak memiliki basis untuk melakukan evaluasi, menyusun perencanaan, ataupun mengambil keputusan strategis. Karena itu, perubahan dari “tidak memiliki sistem” menjadi “mulai rutin mencatat” harus dibaca sebagai transformasi struktural dalam tata kelola usaha, bukan sekadar perubahan teknis administratif.

Penggunaan Aplikasi Money Manager dalam program ini juga menunjukkan bahwa pendekatan pendampingan tidak berhenti pada penyampaian konsep, tetapi diarahkan pada alat praktik yang konkret. Hal ini membuat literasi keuangan menjadi lebih aplikatif. Ketika pemilik usaha mulai mengenali pemasukan, pengeluaran, dan penyusunan laporan sederhana, maka literasi keuangan tidak lagi bersifat abstrak, tetapi berubah menjadi kemampuan fungsional yang dapat langsung digunakan dalam aktivitas usaha sehari-hari. Dari sini terlihat bahwa efektivitas program terletak pada keberhasilannya menjembatani kesenjangan antara pengetahuan dan praktik.s Hal ini mendukung temuan [3], yang menegaskan bahwa *brand identity* menjadi alat penting bagi UMKM untuk membedakan diri dari pesaing di pasar yang kompetitif. Pendekatan ini bertujuan agar UMKM tidak hanya bertahan secara operasional, tetapi juga berkembang secara strategis dan berkelanjutan.

c. Dampak Nyata terhadap Perencanaan Jangka Panjang

Transformasi perilaku pemilik UMKM Ramenku dari pengelolaan usaha jangka pendek yang berorientasi harian menuju perencanaan jangka panjang (*long-term sustainability strategy*) menjadi

indikator utama keberhasilan program pendampingan ini. Kemajuan ini tidak sekadar tercermin pada aspek dokumentasi administratif, melainkan pada rekonstruksi fundamental cara berpikir pemilik usaha dalam mengelola risiko operasional dan peluang ekspansi. Sebelum intervensi dilakukan, ketiadaan proyeksi keuangan membuat unit usaha ini memiliki kerentanan yang tinggi terhadap kepailitan apabila dihadapkan pada guncangan pasar eksternal. Kesadaran baru untuk menyisihkan sebagian pendapatan sebagai dana darurat kini berfungsi sebagai instrumen likuiditas yang krusial untuk menjaga stabilitas modal kerja. Selain itu, komitmen pemilik untuk mengalokasikan anggaran khusus bagi investasi alat usaha membuktikan bahwa mitra telah mampu melakukan kalkulasi biaya dan manfaat demi meningkatkan kapasitas produksi. Langkah ini disempurnakan dengan penetapan target penjualan bulanan yang terukur, yang berfungsi sebagai kompas strategis bagi Ramenku untuk melakukan evaluasi performa secara objektif serta merumuskan tindakan korektif secara presisi. Perubahan paradigma operasional ini menegaskan bahwa UMKM Ramenku telah keluar dari stagnasi tata kelola tradisional dan kini bertransaksi menuju pengelolaan usaha yang lebih profesional serta terstruktur. Keberhasilan pergeseran perilaku yang masif ini didorong secara penuh oleh efektivitas pendekatan kolaboratif yang inklusif, komunikasi dua arah yang terbuka, serta pemanfaatan media edukatif yang adaptif dengan kebutuhan riil pelaku usaha di lapangan.

KESIMPULAN

Kegiatan pengabdian masyarakat yang dilakukan terhadap UMKM Ramenku menunjukkan hasil yang positif dalam meningkatkan literasi keuangan dan pemahaman strategi bisnis pelaku usaha. Melalui rangkaian edukasi, pendampingan, dan evaluasi yang sistematis, program ini berhasil mendorong perubahan nyata dalam praktik pengelolaan keuangan UMKM, khususnya dalam pencatatan arus kas harian dan perencanaan keuangan jangka panjang. Pemilik UMKM mulai menyadari pentingnya pencatatan keuangan yang terstruktur sebagai dasar pengambilan keputusan usaha yang lebih tepat. Selain itu, penguatan aspek strategi bisnis dan *branding* turut memperkuat daya saing usaha di tengah persaingan pasar.

Pendekatan berbasis pengalaman yang diterapkan dalam kegiatan ini terbukti efektif dalam membentuk pemahaman dan perilaku baru pada pelaku UMKM. Keberhasilan program ini menunjukkan bahwa kombinasi antara penyampaian materi yang relevan, media edukasi yang menarik, dan praktik langsung merupakan strategi yang tepat dalam meningkatkan kapasitas UMKM. Simpulan ini sekaligus merekomendasikan agar model pendampingan serupa dapat direplikasi pada UMKM lainnya untuk memperkuat peran mereka dalam pertumbuhan ekonomi lokal dan nasional secara berkelanjutan.

UCAPAN TERIMA KASIH

Dengan penuh rasa syukur, tim penulis ingin mengucapkan terima kasih kepada seluruh pihak yang telah membantu dan mendukung terlaksananya program pengabdian masyarakat bersama UMKM Ramenku di Surabaya Selatan. Program ini dapat direalisasikan dengan lancar dan memberikan dampak positif berkat kerja sama dan kontribusi dari berbagai pihak. Secara khusus, tim penulis ingin mengucapkan terima kasih kepada:

- Bapak & Ibu pemilik UMKM Ramenku atas keterlibatannya dalam kegiatan ini.
- Pujasera Surabaya Selatan atas ketersediaannya menyediakan tempat pelaksanaan kegiatan.

Semoga program pengabdian masyarakat ini bisa memberikan manfaat bagi UMKM Ramenku ke depannya. Melalui program pengabdian masyarakat ini, kelompok mahasiswa berharap dapat memberikan motivasi dan dorongan kepada mahasiswa lain untuk ikut serta secara aktif dalam kegiatan pengabdian masyarakat lainnya. Dengan keterlibatan dalam kegiatan pengabdian masyarakat, diharapkan mahasiswa dapat memberikan kontribusi positif kepada masyarakat dan turut berperan dalam upaya peningkatan kualitas hidup bersama.

DAFTAR PUSTAKA

1. Fitri Nurul Aftitah, Jacinda Labana. K, Kamaliatun Hasanah, and Nur Lailatul Hadi. F. M, "Pengaruh Umkm Terhadap Pertumbuhan Ekonomi Di Indonesia Pada Tahun 2023," *Jurnal Kajian dan Penalaran Ilmu Manajemen*, vol. 3, no. 1, pp. 32–43, Nov. 2024, doi: 10.59031/jkpim.v3i1.511.
2. Aprieni, Farida Ratna Meilantika, Lastriana Sihotang, and Febrina Vidya Rachma S, "UMKM Memiliki Peran Penting Dalam Perekonomian Indonesia," *JURNAL EKONOMI BISNIS DAN MANAJEMEN*, vol. 2, no. 4, pp. 188–193, Oct. 2024, doi: 10.59024/jise.v2i4.976.
3. K. L. Keller and V. Swaminathan, *Building, Measuring, and Managing Brand Equity Strategic Brand Management*. Pearson, 2019.
4. Ibrahim, "Tantangan Dan Harapan Pelaku UMKM Dalam Menghadapi Persaingan Pasar Modern", doi: 10.55681/economina.v473.1525.
5. T. T. H. Tambunan, "UMKM Di INDONESIA: Perkembangan, Kendala, dan Tantangan." [Online]. Available:
https://books.google.co.id/books?id=tLteEAAQBAJ&printsec=frontcover&source=gbs_ge_summary_r&cad=0#v=onepage&q&f=true

6. Jamaludin, Nandang, and Y. Firmansyah, "PEMBERDAYAAN MASYARAKAT MELALUI PELATIHAN KEWIRAUUSAHAAN DAN MANAJEMEN KEUANGAN DI DESA PUSEUR JAYA KECAMATAN TELUKJAMBE TIMUR KABUPATEN KARAWANG," 2024, [Online]. Available: <https://journal.ubpkarawang.ac.id/index.php/JurnalBuanaPengabdian/article/view/7962/5267>
7. "Pre-Test/Post-Test Evaluation: A Guide for Educators." [Online]. Available: <https://studylib.net/doc/8246783/choosing-the-right-assessment-method--pre-test-post>
8. A. Yudianto, "PENERAPAN VIDEO SEBAGAI MEDIA PEMBELAJARAN," Aug. 2017.
9. Y. M. Dora and F. Rumaissa, "Pengaruh Literasi Keuangan, Manajemen Keuangan Dan Aplikasi Keuangan Terhadap Pengembangan Usaha UMKM Kota Bandung," 2024.
10. S. O. Sabilla and C. Wijayangka, "PENGARUH LITERASI KEUANGAN TERHADAP PERTUMBUHAN USAHA PADA UMKM," 2019.
11. D. S. Bahagia, A. Numan, and S. Saputra, "Strategi Perencanaan Bisnis untuk Meningkatkan Keberhasilan UMKM," *Jurnal Penelitian Multidisiplin Bangsa*, vol. 1, no. 3, pp. 123–130, Aug. 2024, doi: 10.59837/JPNMB.V1I3.41.
12. D. A. Kolb, "Experiential learning: Experience as the source of learning and development," *J. Organ. Behav.*, vol. 8, no. 4, pp. 359–360, 1984, Accessed: May 27, 2025. [Online]. Available: https://www.researchgate.net/publication/235701029_Experiential_Learning_Experience_As_The_Source_Of_Learning_And_Development