

## Pendampingan Digitalisasi Administrasi dan Pemasaran pada UMKM Keripik Belut *Crunchy* di Purwakarta

Chinta Rukminingsih<sup>1\*</sup>, Yusi Nurwasiyah<sup>2</sup>, Zihan Junyar<sup>3</sup>, Mega Sukmawati<sup>4</sup>

<sup>1,2,3,4</sup> Fakultas Ekonomi dan Bisnis, Universitas Islam DR KHEZ Muttaqien Jl. Syekh Baing Yusuf, Ciwareng, Kec. Babakancikao, Kabupaten Purwakarta, Jawa Barat.

E-mail: [mega.sukmawati88@gmail.com](mailto:mega.sukmawati88@gmail.com)

\* Corresponding Author



<https://doi.org/10.31004/jerkin.v4i3.3949>

### ARTICLE INFO

#### Article history:

Received: 20 Dec 2025

Revised: 26 Dec 2025

Accepted: 01 Jan 2026

#### Kata Kunci:

UMKM, Keripik Belut, Pemasaran Digital, Manajemen Keuangan, KPB-PKL.

#### Keywords:

MSME, Eel Chips, Digital Marketing, Financial Management, KPB-PKL.



### ABSTRACT

Kegiatan pendampingan ini bertujuan untuk meningkatkan kapasitas manajerial UMKM Keripik Belut *Crunchy* melalui digitalisasi administrasi dan pemasaran. UMKM mitra menghadapi kendala pada pencatatan keuangan, dokumentasi administrasi, dan pemasaran digital yang belum optimal. Penelitian ini menggunakan pendekatan kualitatif deskriptif melalui observasi, wawancara, dan dokumentasi. Pendampingan meliputi pembuatan Google Business Profile, pelatihan pencatatan keuangan berbasis Excel, pembuatan media promosi digital, dan penataan dokumen administrasi. Hasil kegiatan menunjukkan adanya peningkatan signifikan pada kerapian pencatatan keuangan, visibilitas usaha secara online, dan standarisasi administrasi. Google Business Profile menghasilkan kenaikan interaksi, sedangkan sistem Excel membantu pemilik memahami arus kas dan laba usaha. Dengan demikian, digitalisasi administrasi dan pemasaran terbukti efektif meningkatkan profesionalitas dan daya saing UMKM.

*This community-service program aims to enhance the managerial capacity of UMKM Keripik Belut Crunchy through administrative and marketing digitalization. The UMKM faced challenges in financial recording, administrative documentation, and digital marketing. This study uses a descriptive qualitative method through observation, interviews, and documentation. The assistance includes creating a Google Business Profile, training in Excel-based bookkeeping, producing digital promotional media, and standardizing administrative documents. The results show improvements in financial documentation, online visibility, and administrative neatness. The Google Business Profile increased customer engagement, while Excel-based bookkeeping enabled the owner to understand cash flow and business profit. Therefore, administrative and marketing digitalization effectively enhances UMKM professionalism and competitiveness.*



This is an open access article under the CC-BY-SA license.

**How to Cite:** Chinta Rukminingsih, et al (2025). Pendampingan Digitalisasi Administrasi dan Pemasaran pada UMKM Keripik Belut *Crunchy* di Purwakarta, 4(3). <https://doi.org/10.31004/jerkin.v4i3.3949>

## PENDAHULUAN

UMKM merupakan sektor strategis yang memberikan kontribusi signifikan terhadap perekonomian nasional, terutama dalam hal penciptaan lapangan kerja dan kesetaraan ekonomi. Hapsari dkk. (2024) menjelaskan bahwa UMKM memainkan peran penting dalam stabilitas ekonomi karena sifatnya yang fleksibel dan kedekatannya dengan aktivitas ekonomi lokal. Langkah dalam merealisasikan tatanan masyarakat yang sejahtera dan setara dapat ditempuh melalui pembukaan lowongan kerja, distribusi pendapatan yang merata, akselerasi pertumbuhan ekonomi, serta pemeliharaan stabilitas nasional (Yasmita et al., 2025). Namun, masalah klasik seperti rendahnya literasi pemasaran digital, sistem pencatatan keuangan yang lemah, dan keterbatasan manajemen tetap menjadi hambatan utama yang mengurangi daya saing UMKM. Kondisi ini menyoroti kebutuhan akan intervensi dan bantuan yang didasarkan pada kebutuhan nyata UMKM, terutama dalam aspek digitalisasi bisnis dan manajemen keuangan.

UMKM Keripik Belut *Crunchy* di Desa Ciawi, Purwakarta, merupakan usaha mikro yang memiliki potensi untuk mengembangkan produk olahan berbasis belut. Meskipun produknya memiliki nilai gizi yang tinggi, UMKM ini menghadapi kendala dalam administrasi dan manajemen keuangan, yang masih dilakukan secara manual. Temuan lapangan menunjukkan bahwa pencatatan transaksi belum terstruktur, laporan laba rugi belum disusun secara berkala, dan manajemen informasi keuangan belum mampu menjadi dasar pengambilan keputusan. Temuan ini sejalan dengan laporan Krisnayanti & Masdiantini (2025) bahwa UMKM secara umum belum menerapkan SAK ETAP karena kurangnya pemahaman tentang akuntansi. Faktanya, lebih dari 70% UMKM tidak menyimpan buku catatan secara sistematis Daryatno dkk. (2022), sehingga kinerja usaha tidak dapat dipantau secara akurat.

Di sisi lain, penggunaan teknologi digital untuk pemasaran masih sangat terbatas. Faktanya, literatur menunjukkan bahwa penggunaan platform digital seperti Google Business Profile, Instagram, dan TikTok telah terbukti dapat meningkatkan visibilitas dan permintaan pasar. Satria dkk. (2025) menemukan bahwa pelatihan pemasaran digital dan praktik langsung dapat meningkatkan kemampuan UMKM untuk menjangkau konsumen yang lebih luas. Kekurangan promosi digital untuk UMKM Keripik Belut *Crunchy* dapat menghambat perluasan pasar, terutama ketika persaingan di industri makanan ringan semakin ketat.

Untuk mengatasi masalah ini, beberapa solusi alternatif dapat diterapkan, termasuk digitalisasi pemasaran melalui platform berbasis internet, menyusun sistem pencatatan keuangan dengan perangkat lunak sederhana, menyusun SOP administrasi bisnis, dan memberikan bantuan berkelanjutan melalui bimbingan teknis. Lianardo dkk. (2022) membuktikan bahwa metode mentoring berbasis “*learning by doing*” adalah pendekatan paling efektif untuk meningkatkan adopsi praktik manajerial di UMKM. Berdasarkan pertimbangan ini, solusi yang dipilih dalam penelitian ini dan kegiatan mentoring berfokus pada digitalisasi promosi dan perbaikan sistem akuntansi berbasis Excel yang sederhana karena memiliki dampak langsung pada pengembangan bisnis dan mudah diimplementasikan oleh pelaku UMKM.

Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis masalah manajerial dan keuangan pada UMKM Keripik Belut *Crunchy* dan menerapkan strategi bantuan yang mencakup digitalisasi pemasaran, restrukturisasi administratif, serta penyusunan laporan keuangan sederhana. Kegiatan ini diharapkan memberikan manfaat teoretis melalui penguatan literatur tentang pengembangan UMKM berbasis digital dan keuangan, serta manfaat praktis berupa peningkatan kapasitas pelaku usaha dalam melaksanakan kegiatan operasional secara lebih efisien, terukur, dan berkelanjutan.

## **METODE**

Penelitian ini menggunakan pendekatan kualitatif deskriptif dengan tujuan memahami kondisi aktual UMKM Keripik Belut *Crunchy* melalui observasi langsung, wawancara mendalam, dan pengumpulan dokumen tanpa mengubah variabel apa pun. Pendekatan ini cocok untuk mengidentifikasi masalah operasional, administratif, pemasaran, dan pencatatan keuangan secara mendalam dalam konteks UMKM.

Penelitian ini dilakukan antara bulan agustus hingga september 2025 di UMKM Keripik Belut *Crunchy*, Desa Ciawi, Kabupaten Purwakarta, Provinsi Jawa Barat. Lokasi ini dipilih secara sengaja karena UMKM tersebut membutuhkan bantuan dalam bidang digitalisasi dan manajemen keuangan.

Subjek penelitian meliputi pemilik UMKM, anggota keluarga yang terlibat dalam proses produksi, dan pihak terkait lainnya yang secara langsung berkontribusi pada kegiatan operasional. Pemilihan subjek menggunakan metode sampling purposif, yang melibatkan pemilihan informan yang memiliki pengetahuan komprehensif tentang kondisi UMKM sehingga dapat memberikan data relevan untuk mencapai tujuan penelitian.

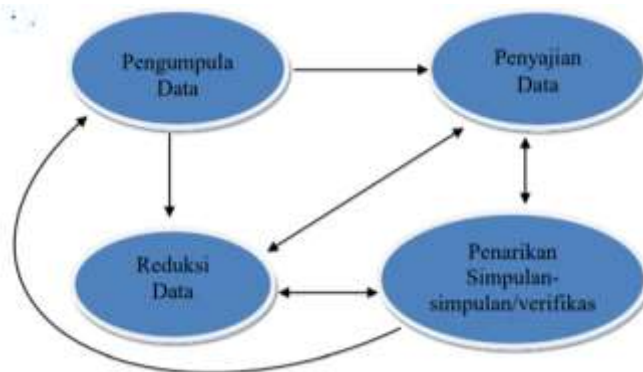
Prosedur penelitian dalam studi ini dilakukan melalui beberapa tahap yang saling terkait. Tahap pertama adalah pra-lapangan, yang meliputi penentuan mitra UMKM, pengurusan izin penelitian, dan penyusunan jadwal kegiatan. Selanjutnya, pada tahap pengumpulan data, peneliti mengamati proses produksi dan operasional UMKM, melakukan wawancara mendalam dengan pemilik usaha, serta menganalisis dokumen dan catatan penjualan yang tersedia untuk mengidentifikasi kebutuhan digitalisasi dan pembukuan. Tahap berikutnya adalah bantuan dan implementasi, yang meliputi pembuatan akun Google Business Profile, pengembangan sistem pencatatan keuangan berbasis Excel yang sederhana, pembuatan dan publikasi konten promosi digital, serta pengorganisasian administrasi bisnis berupa pembuatan faktur, catatan, dan dokumen penjualan. Tahap akhir adalah evaluasi, yang

dilakukan melalui refleksi bersama pemilik UMKM dan perbandingan kondisi sebelum dan setelah bantuan untuk menilai efektivitas implementasi.

Data yang dikumpulkan dalam studi ini terdiri dari data primer dan sekunder. Data primer diperoleh melalui observasi langsung, wawancara dengan pemilik UMKM, dan observasi praktik pencatatan produksi dan keuangan. Data sekunder terdiri dari dokumen termasuk bukti transaksi, catatan penjualan, data stok, foto aktivitas operasional, dan arsip digital lainnya. Alat penelitian meliputi pedoman observasi, pedoman wawancara semi-terstruktur, lembar dokumentasi, dan format pencatatan keuangan yang digunakan untuk mengumpulkan dan mengorganisir data.

Teknik pengumpulan data dilakukan melalui observasi partisipatif untuk mengamati proses produksi, alur penjualan, penggunaan media digital, dan sistem administratif yang diterapkan di UMKM. Wawancara semi-terstruktur digunakan untuk mengeksplorasi informasi terkait hambatan bisnis, kebutuhan digitalisasi, dan pemahaman pelaku UMKM tentang pembukuan. Dokumentasi dilakukan dengan mengumpulkan bukti tertulis dan visual, seperti foto aktivitas bisnis, catatan transaksi, dan arsip administratif lainnya. Ketiga teknik ini digabungkan untuk mendapatkan gambaran komprehensif tentang kondisi UMKM.

Analisis data dalam studi ini menggunakan model Miles dan Huberman. Menurut Qomaruddin & Sa'diyah (2024), analisis data kualitatif melalui model ini bukan sekadar pengolahan informasi mentah, tetapi merupakan proses kompleks yang memerlukan pengelolaan data secara sistematis, interpretasi mendalam, dan refleksi kritis peneliti untuk mengungkap makna tersembunyi di balik data lapangan. Yang meliputi reduksi data, penyajian data, dan penarikan kesimpulan. Seluruh proses analisis dilakukan secara interaktif dan berkelanjutan sepanjang pengumpulan data. Untuk memastikan validitas data, penelitian ini menerapkan triangulasi sumber dan triangulasi metode, yang melibatkan perbandingan hasil observasi, wawancara, dan dokumentasi dari berbagai informan untuk memastikan konsistensi dan akurasi data.



**Gambar 1.** Komponen Model Miles dan Huberman

**Tabel 1.** Uraian Analisis Model Miles dan Huberman

<b>Tahap Analisis Data</b>	<b>Deskripsi Kegiatan</b>	<b>Output yang Dihasilkan</b>
<b>Reduksi Data</b>	Menyeleksi dan memilah data hasil observasi proses produksi UMKM, wawancara dengan pemilik usaha, serta dokumen seperti nota penjualan, data stok, dan aktivitas pemasaran digital. Data yang tidak relevan dihilangkan, sementara data penting seperti kendala pembukuan, permasalahan pemasaran, dan kebutuhan digitalisasi dikodekan dan dikelompokkan sesuai tema penelitian.	Data terkondensasi berupa tema-tema utama: (1) permasalahan pencatatan keuangan, (2) minimnya pemasaran digital, (3) ketidakteraturan administrasi, (4) kebutuhan pendampingan.
<b>Penyajian Data</b>	Data hasil reduksi disusun dalam bentuk narasi, tabel, serta dokumentasi visual untuk memudahkan pemahaman pola hubungan antar	Penyajian terstruktur seperti: narasi deskriptif kondisi UMKM, tabel perbandingan kondisi

	temuan. Termasuk penyajian kondisi awal UMKM (produksi, pemasaran, administrasi), hasil implementasi Google Business Profile, dan perubahan dalam sistem pembukuan berbasis Excel.	sebelum – sesudah pendampingan, dan dokumentasi visual (foto, <i>screenshot</i> promosi digital).
<b>Penarikan Kesimpulan</b>	Menarik temuan dari pola data untuk menjawab tujuan penelitian, termasuk bagaimana pendampingan digitalisasi dan pembukuan mempengaruhi perkembangan UMKM. Kesimpulan diperoleh melalui verifikasi berulang dengan mencocokkan data observasi, wawancara, dan dokumentasi.	Kesimpulan terkait efektivitas pendampingan: peningkatan visibilitas usaha melalui Google Business Profile & media sosial, sistem pencatatan keuangan yang lebih rapi, serta peningkatan kerapian administrasi usaha.

Berdasarkan analisis data menggunakan model Miles dan Huberman, penelitian ini menyimpulkan bahwa UMKM Keripik Belut *Crunchy* mengalami permasalahan utama pada aspek pencatatan keuangan, pemasaran digital, dan administrasi usaha yang belum tertata. Setelah dilakukan pendampingan berupa pembuatan Google Business Profile, penyusunan sistem pembukuan berbasis Excel, serta penataan dokumen administrasi, terjadi perubahan signifikan yang tampak pada meningkatnya visibilitas usaha, kerapian catatan transaksi, serta keteraturan dalam dokumentasi penjualan. Hasil penyajian data menunjukkan bahwa intervensi digital dan penataan manajemen sederhana mampu menjawab kebutuhan UMKM secara langsung, sementara proses verifikasi data memastikan temuan yang konsisten. Dengan demikian, dapat disimpulkan bahwa pendampingan digitalisasi dan pembukuan sederhana memberikan dampak positif yang nyata terhadap efektivitas operasional dan pengembangan UMKM Keripik Belut *Crunchy*.

### **HASIL DAN PEMBAHASAN**

Kegiatan pendampingan kepada UMKM Keripik Belut *Crunchy* dilaksanakan selama satu bulan, mulai bulan agustus hingga september 2025, berlokasi di Desa Ciawi, Kabupaten Purwakarta, Provinsi Jawa Barat. UMKM ini dipilih berdasarkan observasi awal yang menunjukkan bahwa operasional usaha berjalan baik namun menghadapi kendala pada aspek pencatatan keuangan, pemasaran digital, serta penataan administrasi. Kondisi ini serupa dengan temuan awal pada *template* jurnal, di mana UMKM mitra umumnya memiliki potensi produk kuat namun belum mampu memanfaatkan teknologi digital dan sistem pembukuan secara optimal. Pendampingan yang dilakukan mencakup observasi, konsultasi, pelatihan, implementasi, hingga evaluasi.

#### ***Tahap 1: Observasi Lapangan dan Identifikasi Masalah***

Tahap observasi dilakukan untuk memetakan kondisi awal UMKM. Melalui pengamatan langsung terhadap proses produksi keripik belut, alur distribusi penjualan, dan sistem administrasi internal, beberapa masalah kunci teridentifikasi. Pertama, catatan keuangan masih disimpan secara manual di potongan kertas kecil, dan beberapa transaksi hanya diingat oleh pemilik. Tidak ada laporan laba rugi yang terstruktur, laporan arus kas, atau catatan persediaan. Kedua, pemasaran digital belum diterapkan; UMKM tidak memiliki Profil Bisnis Google, akun media sosial aktif, atau dokumentasi produk yang memadai untuk promosi. Ketiga, catatan dan faktur yang digunakan tidak terstandarisasi, sehingga sulit melacak riwayat transaksi. Hasil wawancara juga menunjukkan bahwa pemilik usaha kesulitan memantau pertumbuhan omzet karena tidak memiliki laporan keuangan bulanan. Temuan ini menegaskan kebutuhan akan bantuan di bidang digitalisasi dan manajemen keuangan.



**Gambar 2.** Kegiatan Observasi Lapangan UMKM Keripik Belut *Crunchy*

### ***Tahap 2: Konsultasi dan Penyusunan Rencana Aksi***

Pendekatan ini dimulai dengan identifikasi masalah melalui diskusi intensif, di mana pemilik usaha berbagi pengalaman langsung tentang tantangan yang dihadapi, seperti kesulitan dalam mengelola produksi yang efisien dan strategi pemasaran yang terbatas akibat kurangnya akses terhadap alat digital. Konsultasi tersebut bertujuan untuk membangun pemahaman bersama antara tim pendamping dan pemilik, sehingga solusi yang dipilih benar-benar sesuai dengan kebutuhan praktis UMKM. Rencana aksi kemudian difokuskan pada langkah-langkah praktis yang dapat diimplementasikan segera, seperti membangun kehadiran online melalui Google Business Profile untuk meningkatkan visibilitas usaha, memberikan pelatihan sederhana tentang pencatatan keuangan dengan Excel agar pengelolaan data menjadi lebih terstruktur, menciptakan konten promosi digital yang menarik untuk menjangkau konsumen lebih luas, serta merapikan dokumen administrasi untuk memudahkan pemantauan operasional. Dengan cara ini, solusi tidak hanya bersifat teoritis tetapi langsung memberikan dampak positif pada rutinitas harian usaha, memungkinkan UMKM untuk beroperasi dengan lebih sistematis dan kompetitif.

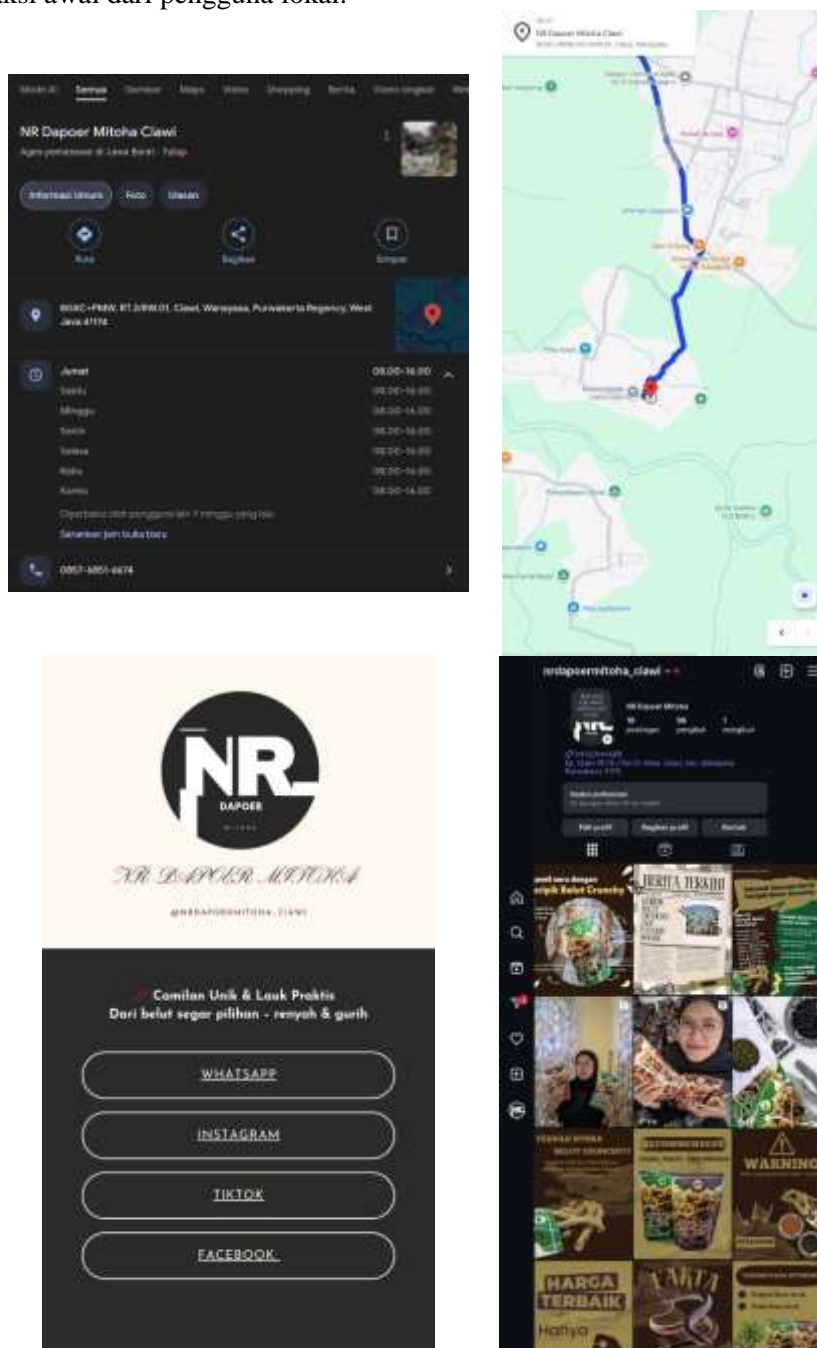


**Gambar 3.** Kegiatan konsultasi dan penyusunan rencana aksi pendampingan

### ***Tahap 3: Pembuatan Media Digital dan Identitas Usaha***

Pendampingan kemudian dilanjutkan dengan pembuatan akun Google Business Profile sebagai fondasi visibilitas digital. Akun ini berisi alamat, jam operasional, foto produk, dan kontak usaha. Selain itu, dibuat pula WhatsApp Business untuk komunikasi pelanggan yang lebih profesional. Pemilik dilatih mengambil foto produk menggunakan pencahayaan sederhana agar menghasilkan visual promosi yang layak. Konten awal untuk media sosial juga dibuat, mencakup foto sebelum–sesudah proses produksi

dan highlight keunggulan produk. Setelah platform digital aktif, UMKM mulai memperoleh tampilan profil dan interaksi awal dari pengguna lokal.



**Gambar 4.** Pengembangan media promosi digital dan identitas usaha.

#### ***Tahap 4: Pelatihan Sistem Pencatatan Keuangan Berbasis Excel***

Pelatihan Excel diberikan untuk memperbaiki sistem pembukuan UMKM. Pemilik diperkenalkan pada format pencatatan transaksi harian, laporan laba rugi sederhana, dan pencatatan stok. Template Excel dibuat khusus menyesuaikan karakteristik usaha keripik belut, termasuk kolom jumlah produksi, biaya bahan baku, biaya tenaga kerja, harga jual, serta total laba kotor per hari. Pemilik UMKM mulai mampu menginput transaksi secara mandiri selama proses pelatihan. Penerapan sistem ini membantu pemilik memahami margin keuntungan dan pergerakan biaya yang sebelumnya tidak tercatat.

#### ***Tahap 5: Implementasi Pendampingan***

Pada tahap implementasi, pemilik usaha mulai menggunakan seluruh alat yang telah disiapkan. Konten produk mulai diunggah ke Google Business Profile, dan pelanggan dapat menemukan lokasi usaha melalui navigasi Google Maps. Template nota dan *invoice* digunakan pada setiap transaksi

sehingga arsip penjualan lebih rapi. Pemilik juga mulai mencatat transaksi harian pada Excel. Monitoring dilakukan melalui kunjungan lanjutan untuk memastikan pemilik terbiasa menggunakan seluruh tools. Setelah satu bulan implementasi, terlihat perkembangan pada kualitas dokumentasi administratif, keaktifan pada platform digital, dan konsistensi pencatatan transaksi.

#### **Tahap 6: Evaluasi dan Perubahan yang Terjadi**

Tahap evaluasi menunjukkan adanya perkembangan signifikan pada tiga aspek utama. Pada aspek pemasaran digital, Google Business Profile menampilkan peningkatan jumlah tampilan profil dan klik arah lokasi. Foto produk yang sebelumnya tidak tersedia kini terunggah dan lebih menarik. Pada aspek administrasi, dokumentasi transaksi lebih rapi karena penggunaan *invoice* dan nota standar. Pada aspek pencatatan keuangan, UMKM mulai memahami alur perhitungan laba harian dan stok. Perubahan ini turut meningkatkan kepercayaan diri pemilik usaha dalam mengelola bisnis secara lebih profesional. Ringkasan hasil pendampingan ditampilkan dalam tabel berikut.

**Tabel 2.** Ringkasan Hasil Pendampingan UMKM Keripik Belut *Crunchy*

<b>Aspek</b>	<b>Sebelum Pendampingan</b>	<b>Sesudah Pendampingan</b>
<b>Pencatatan Keuangan</b>	Tanpa format pembukuan, transaksi tidak lengkap dan tidak terstruktur.	Sistem Excel diterapkan, transaksi harian dan laporan laba terbentuk secara rapi.
<b>Pemasaran Digital</b>	Tidak memiliki jejak digital, penjualan hanya offline.	Google Business Profile aktif, visibilitas meningkat, awal penggunaan media sosial.
<b>Administrasi Usaha</b>	Tidak ada <i>invoice</i> /nota baku.	Template <i>invoice</i> dan nota digunakan, dokumentasi transaksi lebih rapi.
<b>Operasional Produksi</b>	Tidak terdokumentasi.	Dokumentasi produksi tersedia untuk bahan promosi.
<b>Akses Pelanggan</b>	Informasi usaha sulit ditemukan pelanggan baru.	Pelanggan dapat mengakses lokasi dan jam operasional secara daring.

Hasil tersebut menunjukkan bahwa pendampingan yang diberikan telah membawa perubahan signifikan pada aspek operasional, administrasi, dan pemasaran UMKM. Penerapan digitalisasi melalui Google Business Profile meningkatkan visibilitas UMKM, sejalan dengan penelitian Satria dkk. (2025, hlm. 9) yang menyatakan bahwa digital marketing mampu memperluas jangkauan konsumen dan meningkatkan keterlibatan pelanggan. Sementara itu, penggunaan sistem pencatatan keuangan berbasis Excel memperbaiki akurasi pencatatan serta membantu pemilik usaha memahami kondisi keuangan secara lebih realistis. Temuan ini mendukung laporan Krisnayanti & Masdiantini (2025, hlm. 4) bahwa pembukuan sederhana penting bagi UMKM untuk meningkatkan transparansi dan pengambilan keputusan. Selain itu, penataan administrasi melalui penggunaan template nota dan *invoice* meningkatkan profesionalitas usaha serta memudahkan pelacakan transaksi.

Secara keseluruhan, kegiatan pendampingan terbukti efektif dalam meningkatkan kapasitas manajerial dan digital UMKM Keripik Belut *Crunchy*. Perubahan yang terjadi pada aspek promosi, pencatatan keuangan, dan administrasi menunjukkan bahwa intervensi berbasis digital dan pembukuan sederhana merupakan strategi implementatif yang dapat diterapkan secara berkelanjutan oleh pelaku UMKM. Dengan demikian, kegiatan ini memberikan dampak positif terhadap peningkatan efektivitas operasional serta kesiapan UMKM dalam bersaing pada era digital.

## **SIMPULAN**

Kegiatan pendampingan yang dilakukan kepada UMKM Keripik Belut *Crunchy* memberikan dampak nyata pada peningkatan kapasitas usaha, terutama dalam aspek pencatatan keuangan, administrasi, dan pemasaran digital. Berdasarkan hasil observasi, implementasi, dan evaluasi, dapat disimpulkan bahwa UMKM sebelumnya mengalami kendala pada pencatatan transaksi yang tidak terstruktur, minimnya dokumentasi administrasi, serta belum adanya jejak digital untuk memperluas jangkauan pemasaran. Melalui pendampingan yang meliputi pembuatan Google Business Profile, pelatihan pencatatan keuangan berbasis Excel, penataan dokumen administrasi, serta pembuatan konten promosi digital, UMKM berhasil menunjukkan perkembangan signifikan dalam pengelolaan usaha.

Penerapan Google Business Profile terbukti meningkatkan visibilitas UMKM dan mempermudah

pelanggan menemukan lokasi usaha melalui Google Maps. Penggunaan sistem pencatatan keuangan berbasis Excel membantu pemilik usaha dalam mencatat transaksi secara lebih sistematis dan memahami kondisi keuangan secara aktual. Selain itu, penataan administrasi melalui penggunaan nota, *invoice*, dan arsip penjualan yang tertata rapi meningkatkan akuntabilitas dan profesionalitas usaha. Secara keseluruhan, pendampingan ini berhasil mendorong UMKM menjadi lebih adaptif terhadap teknologi dan memiliki sistem manajerial yang lebih terstruktur, sehingga mendukung keberlanjutan serta perkembangan usaha di masa mendatang.

### UCAPAN TERIMA KASIH

Penulis mengucapkan terima kasih kepada Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Islam Dr. KHEZ Muttaqien beserta jajaran dosen pembimbing yang telah memberikan arahan, dukungan, dan kesempatan untuk melaksanakan kegiatan pendampingan UMKM sebagai bagian dari program Kuliah Pembelajaran Berbasis Kerja (KPB). Penghargaan yang setinggi-tingginya juga penulis sampaikan kepada pemilik UMKM Keripik Belut Crunchy di Desa Ciawi, Kabupaten Purwakarta, yang telah memberikan akses, kerja sama, dan keterbukaan dalam seluruh proses observasi, pelatihan, serta implementasi. Tidak lupa, apresiasi diberikan kepada rekan-rekan satu kelompok yang telah bekerja sama dengan baik selama pelaksanaan kegiatan. Semoga segala ilmu dan pengalaman yang diperoleh dari kegiatan ini dapat memberikan manfaat bagi pengembangan UMKM dan peningkatan kompetensi mahasiswa.

### REFERENSI

- Daryatno, A., Ramadhan, F., & Lestari, N. (2022). *Analisis penerapan pencatatan keuangan pada UMKM*. *Jurnal Ekonomi dan Bisnis*, 5(2), 1–10.
- Hapsari, R., Widodo, S., & Utami, P. (2024). *Peran UMKM dalam mendukung stabilitas ekonomi nasional*. *Jurnal Ekonomi Pembangunan*, 12(1), 10–18.
- Krisnayanti, N. M., & Masdiantini, N. L. (2025). *Penerapan SAK ETAP pada UMKM: Hambatan dan peluang*. *Jurnal Akuntansi Multiparadigma*, 6(1), 1–8.
- Lianardo, R., Setiawan, I., & Pratiwi, M. (2022). *Efektivitas metode mentoring learning by doing pada pelaku UMKM*. *Jurnal Pengabdian Kepada Masyarakat*, 4(1), 5–12.
- Qomaruddin, M., & Sa'diyah, H. (2024). *Analisis data kualitatif model Miles dan Huberman pada penelitian sosial*. *Jurnal Metodologi Penelitian*, 3(2), 20–30.
- Satria, A., Dewi, N., & Rahayu, M. (2025). *Pelatihan pemasaran digital sebagai upaya peningkatan kapasitas UMKM*. *Jurnal Manajemen dan Bisnis*, 9(1), 8–15.
- Yasmita, I. G. A. L., Ayuk, N. M. T., & Kusmawan, I. M. H. (2025). *Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Pendapatan UMKM Sektor Perdagangan di Kecamatan Tabanan Kabupaten Tabanan*. *Yalamqa*, 19(2), 627–635.