PEMBERDAYAAN UMKM BASA RAJANG BU DESAK MELALUI DIGITALISASI KEUANGAN DAN PENGEMBANGAN USAHA BERKELANJUTAN

I Komang Oka Permadi[1,*], Dewa Made Surya Wibawa[2], I Kadek Agus Bisena[3], Yunni Rusmawati Dj[4]

[1,2]Universitas Mahasaraswati Denpasar, Bali, 80233, Indonesia
[3]Institut Bisnis dan Teknologi Indonesia, Bali, 80225, Indonesia
[4]Universitas Islam Lamongan, Jawa Timur, 62211, Indonesia
*Email: okapermadi@unmas.ac.id

ABSTRAK

Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah (UMKM) memiliki peran penting dalam pengembangan ekonomi lokal melalui produk berbasis budaya. UMKM Basa Rajang Bu Desak merupakan usaha pengolahan bumbu masakan tradisional Bali yang memiliki potensi pengembangan, namun masih menghadapi kendala berupa pencatatan keuangan yang sederhana, pengelolaan limbah organik yang belum optimal, serta keterbatasan branding dan media promosi. Kegiatan pengabdian kepada masyarakat ini bertujuan untuk meningkatkan kapasitas pengelolaan usaha melalui penerapan prinsip usaha berkelanjutan. Metode pelaksanaan menggunakan pendekatan partisipatif melalui observasi, wawancara, sosialisasi, pelatihan, pendampingan, serta monitoring dan evaluasi. Program yang dilaksanakan meliputi edukasi pengelolaan limbah organik melalui pemanfaatan compost bag, pendampingan digitalisasi pencatatan keuangan berbasis *spreadsheet*, serta penguatan branding melalui pengembangan identitas visual dan media promosi digital. Hasil kegiatan menunjukkan peningkatan kemampuan mitra dalam pengelolaan limbah organik, tersedianya sistem pencatatan keuangan digital yang lebih terstruktur, serta terbentuknya identitas dan media promosi produk. Kegiatan ini mendukung UMKM Basa Rajang Bu Desak dalam meningkatkan kualitas pengelolaan usaha, daya saing, dan keberlanjutan usaha.

Kata Kunci: UMKM, pemberdayaan, digitalisasi keuangan, usaha berkelanjutan, limbah organic, *branding*

ANALISIS SITUASI

Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah (UMKM) memiliki peran strategis dalam mendukung pertumbuhan ekonomi melalui penciptaan lapangan kerja, peningkatan pendapatan masyarakat, serta pengembangan produk berbasis potensi lokal. Selain berkontribusi terhadap aspek ekonomi, UMKM juga menjadi sarana penguatan nilai budaya melalui produk-produk khas daerah. Namun, keberlangsungan UMKM tidak hanya ditentukan oleh kemampuan menghasilkan produk, tetapi juga oleh kapasitas pelaku usaha dalam mengelola aspek administrasi, memanfaatkan teknologi, membangun daya saing, serta menerapkan praktik usaha yang berkelanjutan. Di tengah meningkatnya kompetisi pasar dan perkembangan teknologi digital, masih banyak UMKM yang menghadapi keterbatasan dalam tata kelola usaha sehingga menghambat proses pengembangan usaha secara berkelanjutan (Cetak *et al.*, 2023).

Salah satu aspek penting dalam peningkatan kapasitas pengelolaan UMKM adalah penerapan pencatatan keuangan yang sistematis. Pencatatan keuangan tidak hanya berfungsi sebagai dokumentasi transaksi, tetapi juga menjadi dasar dalam mengetahui kondisi usaha, mengendalikan biaya, mengevaluasi kinerja, serta mengambil keputusan bisnis secara lebih tepat (Natsir & Waani, 2023). Namun, sebagian pelaku UMKM masih melakukan pencatatan secara manual dan belum memanfaatkan teknologi digital karena keterbatasan literasi serta kemampuan dalam menggunakan sistem administrasi keuangan. Kondisi tersebut menyebabkan informasi mengenai pemasukan, pengeluaran, laba, dan arus kas belum terdokumentasi secara optimal. Implementasi akuntansi digital terbukti mampu meningkatkan efisiensi pencatatan transaksi, meningkatkan akurasi informasi keuangan, serta membantu pelaku usaha dalam menyusun laporan keuangan sebagai dasar pengambilan keputusan (Ulfha *et al.*, 2025). Selain itu, Permadi *et al.* (2024) menjelaskan bahwa pendampingan pembukuan digital dapat membantu UMKM mencatat transaksi secara lebih terstruktur sehingga mendukung efektivitas pengelolaan keuangan usaha.

Selain aspek administrasi usaha, keberlanjutan lingkungan menjadi bagian penting dalam pengembangan UMKM, khususnya pada sektor pangan yang menghasilkan limbah organik dari aktivitas produksi. Limbah organik yang tidak dikelola dengan baik dapat meningkatkan volume sampah dan menimbulkan permasalahan lingkungan. Oleh karena itu, penerapan prinsip usaha berkelanjutan diperlukan agar UMKM tidak hanya berorientasi pada keuntungan ekonomi, tetapi juga memperhatikan aspek lingkungan dan kebermanfaatan sosial. Konsep *sustainable business* melalui pendekatan *Triple Bottom Line* menekankan bahwa keberhasilan usaha perlu mempertimbangkan keseimbangan antara aspek ekonomi (*profit*), sosial (*people*), dan lingkungan (*planet*) (Elkington, 1997). Salah satu implementasi sederhana prinsip tersebut adalah pemanfaatan limbah organik melalui konsep ekonomi sirkular, seperti pengolahan menjadi kompos, sehingga limbah produksi dapat dikurangi sekaligus memberikan nilai tambah bagi usaha (Alfiyah & Ratri, 2023). Penerapan praktik keberlanjutan juga semakin relevan bagi UMKM karena dapat memperkuat ketahanan usaha dalam jangka panjang.

Di samping pengelolaan keuangan dan lingkungan, penguatan branding menjadi faktor penting dalam meningkatkan daya saing UMKM. Produk yang memiliki kualitas baik perlu didukung oleh identitas visual yang kuat dan strategi komunikasi pemasaran yang sesuai dengan perkembangan perilaku konsumen. Pemanfaatan media digital seperti Instagram dan WhatsApp memberikan peluang bagi UMKM untuk meningkatkan visibilitas produk, memperluas jangkauan pasar, serta membangun hubungan yang lebih dekat dengan pelanggan. Permadi *et al.* (2024) menunjukkan bahwa pemanfaatan media sosial dapat membantu UMKM dalam meningkatkan aktivitas promosi dan memperluas pemasaran produk. Dengan demikian, branding tidak hanya berfungsi sebagai aktivitas promosi, tetapi juga sebagai strategi membangun persepsi nilai dan kepercayaan konsumen terhadap produk.

UMKM Basa Rajang Bu Desak merupakan salah satu usaha lokal yang bergerak dalam produksi bumbu masakan tradisional Bali. Produk yang dihasilkan memiliki karakteristik khas berbasis budaya lokal dan memiliki peluang untuk dikembangkan sebagai produk unggulan daerah. Namun, berdasarkan hasil observasi awal, ditemukan beberapa permasalahan yang menghambat pengembangan usaha, yaitu pencatatan keuangan yang masih dilakukan secara sederhana dan manual, pemanfaatan teknologi digital yang belum optimal, keterbatasan identitas produk dan media promosi, serta pengelolaan limbah organik hasil produksi yang belum maksimal. Permasalahan tersebut menunjukkan adanya kesenjangan antara potensi usaha yang dimiliki dengan kemampuan pengelolaan usaha yang berjalan saat ini.

Berdasarkan kondisi tersebut, diperlukan kegiatan pendampingan yang mampu memberikan solusi secara terintegrasi melalui peningkatan kapasitas administrasi keuangan, penerapan pengelolaan limbah organik, serta penguatan branding produk. Pendekatan ini tidak hanya bertujuan menyelesaikan permasalahan teknis, tetapi juga membangun kemampuan mitra agar mampu mengelola usaha secara lebih profesional, adaptif terhadap teknologi, dan berorientasi pada keberlanjutan. Oleh karena itu, kegiatan pengabdian kepada masyarakat ini dilaksanakan melalui program pemberdayaan UMKM Basa Rajang Bu Desak dalam menerapkan digitalisasi pengelolaan usaha dan prinsip usaha berkelanjutan.

PERUMUSAN MASALAH

Berdasarkan hasil observasi dan wawancara dengan pemilik UMKM Basa Rajang Bu Desak, ditemukan beberapa permasalahan prioritas yang menjadi hambatan dalam pengembangan usaha secara berkelanjutan. Permasalahan tersebut mencakup aspek tata kelola usaha, pengelolaan lingkungan produksi, serta penguatan daya saing pemasaran, yang dirumuskan sebagai berikut:

1. Pencatatan keuangan usaha masih dilakukan secara sederhana dan manual, sehingga informasi mengenai pemasukan, pengeluaran, harga pokok produksi, serta kondisi kas usaha belum terdokumentasi secara sistematis. Kondisi ini menyebabkan pelaku usaha mengalami keterbatasan dalam melakukan evaluasi dan pengambilan keputusan berdasarkan data keuangan.
2. Pengelolaan limbah organik hasil produksi belum optimal, khususnya terhadap sisa bahan produksi seperti kulit bawang, batang serai, daun, dan sisa rempah-rempah. Limbah tersebut masih berpotensi menjadi sampah apabila tidak dikelola melalui metode yang lebih ramah lingkungan.
3. Branding dan pemanfaatan media digital sebagai sarana promosi masih **terbatas**, sehingga identitas produk belum berkembang secara optimal dan jangkauan pemasaran masih terbatas. Penguatan identitas visual serta pemanfaatan media sosial diperlukan untuk meningkatkan daya saing produk.

Permasalahan tersebut menjadi dasar dalam penyusunan program pengabdian kepada masyarakat melalui digitalisasi pengelolaan usaha, pengelolaan limbah organik, dan penguatan branding produk pada UMKM Basa Rajang Bu Desak.

SOLUSI YANG DIBERIKAN

Berdasarkan permasalahan prioritas yang ditemukan pada UMKM Basa Rajang Bu Desak, kegiatan pengabdian kepada masyarakat dirancang melalui pendekatan pendampingan yang mencakup tiga aspek utama, yaitu penguatan tata kelola usaha, penerapan praktik usaha ramah lingkungan, dan peningkatan daya saing pemasaran. Program solusi yang diberikan meliputi:

1. Pendampingan Digitalisasi Pencatatan Keuangan
   Permasalahan pencatatan keuangan yang masih dilakukan secara sederhana dan manual diatasi melalui pendampingan penerapan sistem pencatatan keuangan berbasis *spreadsheet*. Sistem tersebut disusun sesuai dengan kebutuhan operasional UMKM dan digunakan untuk mencatat data produk, harga pokok produksi (HPP), harga jual, pemasukan, pengeluaran, pembelian bahan baku, serta kondisi kas usaha. Pendampingan dilakukan agar pemilik UMKM mampu melakukan pencatatan transaksi secara lebih terstruktur dan menggunakan informasi keuangan sebagai dasar evaluasi pengelolaan usaha.
2. Edukasi Pengelolaan Limbah Organik
   Permasalahan limbah organik hasil produksi diatasi melalui edukasi mengenai pemilahan dan pemanfaatan kembali sisa bahan produksi, seperti kulit bawang, batang serai, daun, dan sisa rempah-rempah. Selain pemberian pemahaman mengenai pengelolaan limbah, mitra diberikan sarana berupa *compost bag* sebagai media pengolahan limbah organik menjadi kompos. Program ini bertujuan untuk meningkatkan kesadaran mitra terhadap praktik produksi yang lebih ramah lingkungan dan mendukung penerapan prinsip usaha berkelanjutan.
3. Penguatan Branding Produk
   Keterbatasan identitas produk dan media promosi diatasi melalui program penguatan branding produk. Kegiatan meliputi pendampingan pengembangan identitas visual, pembuatan logo, dokumentasi produk, serta pemanfaatan media digital sebagai sarana promosi. Luaran program berupa tersedianya identitas visual produk, akun media sosial, dan konten promosi digital yang dapat digunakan untuk memperluas jangkauan pemasaran UMKM Basa Rajang Bu Desak.

Ketiga program tersebut dirancang secara terintegrasi untuk meningkatkan kapasitas UMKM Basa Rajang Bu Desak dalam mengelola usaha secara lebih profesional, terdokumentasi, ramah lingkungan, serta memiliki daya saing yang lebih baik melalui pemanfaatan teknologi digital dan penerapan prinsip usaha berkelanjutan.

METODE PELAKSANAAN

Kegiatan pengabdian kepada masyarakat ini dilaksanakan pada UMKM Basa Rajang Bu Desak yang bergerak dalam produksi bumbu masakan tradisional Bali.

Pelaksanaan kegiatan menggunakan pendekatan partisipatif dengan melibatkan pemilik UMKM secara aktif dalam setiap tahapan kegiatan, mulai dari identifikasi permasalahan, pelaksanaan program, hingga evaluasi hasil kegiatan. Pendekatan ini dipilih agar program yang diberikan sesuai dengan kebutuhan mitra serta dapat mendukung penerapan pengelolaan usaha yang lebih terstruktur dan berkelanjutan.

Tahap awal kegiatan dilakukan melalui observasi dan wawancara untuk mengidentifikasi kondisi aktual UMKM Basa Rajang Bu Desak. Observasi dilakukan dengan melihat secara langsung proses produksi, sistem pencatatan keuangan, pengelolaan limbah organik, serta aktivitas pemasaran yang telah dilakukan oleh mitra. Selanjutnya, wawancara dilakukan dengan pemilik UMKM untuk memperoleh informasi lebih mendalam mengenai kendala yang dihadapi dalam pengelolaan usaha, khususnya terkait administrasi keuangan, pemanfaatan teknologi digital, pengelolaan limbah produksi, dan strategi promosi produk. Hasil observasi dan wawancara tersebut menjadi dasar dalam menentukan program pendampingan yang sesuai dengan kebutuhan mitra.

Tahap berikutnya adalah sosialisasi dan pelatihan yang dilakukan secara langsung kepada pemilik UMKM. Sosialisasi diberikan untuk meningkatkan pemahaman mitra mengenai pentingnya penerapan prinsip usaha berkelanjutan melalui pengelolaan keuangan yang lebih baik, pemanfaatan limbah organik, serta penguatan identitas dan pemasaran produk. Setelah kegiatan sosialisasi, pelatihan dilakukan melalui praktik langsung yang mencakup penggunaan sistem pencatatan keuangan berbasis *spreadsheet*, pengelolaan limbah organik menggunakan *compost bag*, serta pengembangan branding melalui identitas visual dan media promosi digital.

Setelah tahap pelatihan, kegiatan dilanjutkan dengan pendampingan penerapan program untuk memastikan bahwa pengetahuan dan keterampilan yang telah diberikan dapat diterapkan secara mandiri oleh mitra. Pendampingan dilakukan pada proses penggunaan pencatatan keuangan digital, pemilahan dan pengolahan limbah organik, serta pemanfaatan media digital sebagai sarana promosi produk. Melalui proses pendampingan, mitra diberikan kesempatan untuk menerapkan langsung solusi yang telah dirancang sesuai dengan kondisi operasional usaha.

Tahap akhir kegiatan adalah monitoring dan evaluasi yang dilakukan untuk mengetahui tingkat penerapan program serta mengidentifikasi kendala yang masih dihadapi oleh mitra. Evaluasi dilakukan terhadap beberapa aspek, yaitu kemampuan mitra dalam menggunakan sistem pencatatan keuangan digital, penerapan pengelolaan limbah organik, serta ketersediaan identitas produk dan media promosi digital. Hasil monitoring dan evaluasi menjadi dasar untuk memberikan rekomendasi tindak lanjut agar program yang telah dilaksanakan dapat terus diterapkan dan mendukung keberlanjutan UMKM Basa Rajang Bu Desak.

HASIL PENGABDIAN DAN PEMBAHASAN

Kegiatan pengabdian kepada masyarakat pada UMKM Basa Rajang Bu Desak dilaksanakan berdasarkan hasil identifikasi permasalahan mitra yang meliputi

keterbatasan pengelolaan limbah organik, pencatatan keuangan yang masih sederhana, serta belum optimalnya penguatan identitas dan promosi produk. Berdasarkan permasalahan tersebut, program pengabdian dirancang melalui tiga pendekatan utama, yaitu pengelolaan limbah organik, digitalisasi pencatatan keuangan, dan penguatan branding produk. Ketiga program tersebut diarahkan untuk meningkatkan kapasitas mitra dalam mengelola usaha secara lebih terstruktur, adaptif terhadap teknologi, serta menerapkan prinsip usaha berkelanjutan.

Pengelolaan Limbah Organik

Berdasarkan hasil observasi awal, UMKM Basa Rajang Bu Desak menghasilkan limbah organik dari aktivitas produksi, seperti kulit bawang, batang serai, daun, dan sisa rempah-rempah. Limbah tersebut sebelumnya belum dikelola secara optimal sehingga masih berpotensi menjadi sampah produksi.

Untuk mengatasi permasalahan tersebut, dilakukan program edukasi pengelolaan limbah organik melalui pemilahan bahan sisa produksi dan pemanfaatannya kembali menggunakan metode pengomposan. Kegiatan diawali dengan pemberian *compost bag* pada 27 Juli 2026 sebagai sarana pendukung pengolahan limbah organik.

.



Gambar 1. Pemberian *Compost Bag* pada UMKM Base Rajang Bu Desak



Gambar 2. Edukasi Pengelolaan Limbah Organik pada UMKM Basa Rajang Bu Desak

Melalui kegiatan edukasi dan pendampingan, pemilik UMKM memperoleh pemahaman bahwa limbah hasil produksi tidak seluruhnya harus dibuang, tetapi dapat dimanfaatkan kembali melalui proses pengomposan. Hasil kegiatan menunjukkan adanya peningkatan kesadaran mitra terhadap pentingnya pemilahan limbah serta tersedianya sarana sederhana untuk mendukung pengelolaan limbah organik secara mandiri.

Penerapan program ini mendukung prinsip *sustainable business*, khususnya pada aspek lingkungan (*planet*) melalui upaya mengurangi limbah produksi dan

meningkatkan pemanfaatan kembali sumber daya. Pendekatan tersebut sejalan dengan konsep ekonomi sirkular yang menekankan pengurangan limbah melalui penggunaan kembali material yang masih memiliki nilai guna (Geissdoerfer *et al*., 2017). Dengan demikian, pengelolaan limbah organik tidak hanya menjadi solusi lingkungan, tetapi juga menjadi bagian dari upaya membangun pola usaha yang lebih bertanggung jawab.

Digitalisasi Pencatatan Keuangan

Permasalahan lain yang ditemukan pada UMKM Basa Rajang Bu Desak adalah pencatatan transaksi usaha yang masih dilakukan secara sederhana dan belum terdokumentasi secara sistematis. Kondisi tersebut menyebabkan informasi mengenai pemasukan, pengeluaran, harga pokok produksi, serta kondisi kas usaha belum dapat digunakan secara optimal sebagai dasar evaluasi dan pengambilan keputusan.

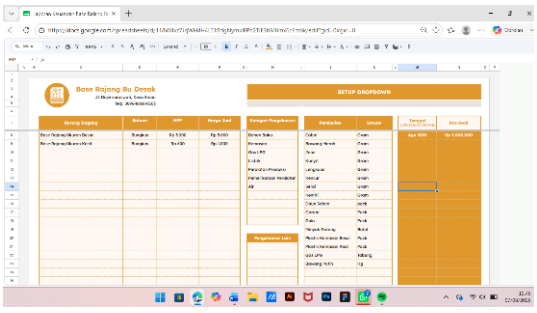
Sebagai solusi, dilakukan pendampingan digitalisasi pencatatan keuangan menggunakan sistem berbasis *spreadsheet*. Kegiatan pendampingan dilaksanakan pada 6–7 Agustus 2026 dengan menyesuaikan sistem pencatatan terhadap kebutuhan operasional UMKM. Sistem yang dikembangkan mencakup pencatatan data produk, harga pokok produksi (HPP), harga jual, kategori pengeluaran, pemasukan, pengeluaran, serta transaksi penjualan.



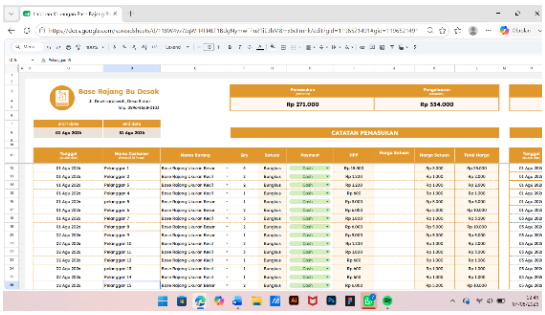
Gambar 3. Pendampingan Digitalisasi Pencatatan Keuangan pada UMKM Basa Rajang Bu Desak

Dalam penerapannya, sistem pencatatan disusun secara sederhana agar mudah dipahami dan dapat digunakan secara mandiri oleh pemilik UMKM. Produk yang dicatat terdiri atas Basa Rajang ukuran besar dengan HPP Rp3.000 dan harga jual Rp5.000 per bungkus, serta ukuran kecil dengan HPP Rp600 dan harga jual Rp1.000 per bungkus.

Selain pencatatan produk, kategori pengeluaran juga disusun berdasarkan kebutuhan operasional, meliputi bahan baku, kemasan, gas LPG, listrik, peralatan produksi, pemeliharaan peralatan, air, dan pengeluaran lainnya



Gambar 4. Tampilan Pengaturan Data Produk dan Kategori Pengeluaran pada *Spreadsheet* UMKM Basa Rajang Bu Desak



Gambar 5. Tampilan Pencatatan Transaksi Pemasukan dan Pengeluaran UMKM Basa Rajang Bu Desak

Hasil kegiatan menunjukkan bahwa mitra telah memiliki sistem administrasi keuangan yang lebih terstruktur dibandingkan sebelumnya. Sistem tersebut membantu pemilik UMKM melakukan pencatatan transaksi secara lebih rapi serta mempermudah pemantauan kondisi usaha.

Penerapan pencatatan keuangan digital sederhana ini memperkuat tata kelola UMKM karena informasi keuangan dapat digunakan sebagai dasar evaluasi dan perencanaan usaha. Hasil ini sejalan dengan Ulfha *et al*. (2025) yang menyatakan bahwa implementasi akuntansi digital dapat meningkatkan efisiensi pencatatan transaksi dan membantu pelaku usaha memperoleh informasi keuangan yang lebih akurat.

Penguatan Branding Produk

Selain aspek administrasi dan lingkungan, UMKM Basa Rajang Bu Desak juga menghadapi keterbatasan dalam pengembangan identitas produk dan media promosi digital. Produk yang memiliki potensi sebagai produk lokal berbasis budaya memerlukan identitas visual dan strategi komunikasi pemasaran yang lebih kuat agar mampu dikenal oleh konsumen secara lebih luas.

Program penguatan branding dilakukan melalui pengembangan identitas visual, pembuatan media promosi digital, serta penyusunan konten pemasaran. Tahap awal kegiatan dilakukan melalui pembuatan logo usaha sebagai identitas visual produk.

Gambar 6. Logo UMKM Basa Rajang Bu Desak

Logo tersebut memberikan ciri khas yang lebih jelas sehingga produk lebih mudah dikenali oleh konsumen. Selanjutnya, dilakukan pengembangan akun Instagram dan TikTok sebagai media komunikasi pemasaran digital.



Gambar 7. Akun Instagram UMKM Basa Rajang Bu Desak



Gambar 8. Akun TikTok UMKM Basa Rajang Bu Desak

Setelah tersedianya identitas visual dan media digital, kegiatan dilanjutkan dengan pembuatan konten promosi. Konten Instagram berbentuk *feed* mulai dikembangkan serta video promosi untuk Instagram dan TikTok.



Gambar 9. Konten Promosi Video Instagram UMKM Basa Rajang Bu Desak



Gambar 10. Konten Promosi Video TikTok UMKM Basa Rajang Bu Desak

Hasil kegiatan menunjukkan bahwa UMKM Basa Rajang Bu Desak telah memiliki identitas produk yang lebih kuat serta media promosi yang dapat digunakan untuk memperluas jangkauan pemasaran. Penguatan branding tidak hanya berfungsi sebagai media promosi, tetapi juga sebagai strategi membangun nilai tambah produk melalui pembentukan persepsi dan kepercayaan konsumen.

Hal ini sejalan dengan konsep *brand equity* yang menjelaskan bahwa kekuatan merek dapat meningkatkan nilai suatu produk melalui identitas, pengenalan, dan hubungan yang terbentuk dengan konsumen (Keller, 2013). Selain itu, pemanfaatan media sosial sebagai sarana pemasaran mendukung temuan Permadi *et al*. (2024) bahwa media digital dapat membantu UMKM meningkatkan visibilitas produk dan memperluas pasar.

Dampak Integratif Program terhadap Keberlanjutan UMKM

Pelaksanaan ketiga program pengabdian menunjukkan bahwa peningkatan kapasitas UMKM perlu dilakukan secara terintegrasi, tidak hanya melalui peningkatan kemampuan produksi, tetapi juga melalui penguatan tata kelola usaha, kepedulian lingkungan, dan kemampuan pemasaran.

Program pengelolaan limbah organik memberikan dampak pada aspek lingkungan melalui penerapan praktik produksi yang lebih ramah lingkungan. Digitalisasi pencatatan keuangan memberikan dampak pada aspek administrasi melalui tersedianya dokumentasi transaksi yang lebih sistematis. Sementara itu, penguatan branding memberikan dampak pada aspek pemasaran melalui peningkatan identitas produk dan pemanfaatan media digital.

Dengan adanya integrasi ketiga aspek tersebut, UMKM Basa Rajang Bu Desak memiliki fondasi pengelolaan usaha yang lebih profesional, adaptif terhadap perkembangan teknologi, memiliki kepedulian terhadap lingkungan, serta mampu meningkatkan daya saing secara berkelanjutan.

SIMPULAN DAN SARAN

Kegiatan pengabdian kepada masyarakat pada UMKM Basa Rajang Bu Desak berhasil meningkatkan kapasitas mitra dalam mengelola usaha melalui penerapan prinsip usaha berkelanjutan yang mencakup aspek lingkungan, tata kelola usaha, dan pemasaran. Program pengelolaan limbah organik melalui edukasi pemilahan dan pemanfaatan *compost bag* memberikan peningkatan pemahaman mitra mengenai pengelolaan sisa bahan produksi seperti kulit bawang, batang serai, daun, dan sisa rempah-rempah agar dapat dimanfaatkan kembali secara lebih ramah lingkungan.

Pada aspek administrasi usaha, pendampingan digitalisasi pencatatan keuangan menghasilkan sistem berbasis *spreadsheet* yang mampu membantu mitra mencatat data produk, pembelian bahan baku, transaksi penjualan, pemasukan, pengeluaran, dan kondisi kas secara lebih terstruktur. Sementara itu, program penguatan branding melalui pembuatan logo, pengembangan akun Instagram dan TikTok, serta penyusunan konten promosi digital berhasil memperkuat identitas produk dan menyediakan media pemasaran yang lebih sesuai dengan perkembangan teknologi.

Berdasarkan hasil kegiatan tersebut, penerapan integrasi antara pengelolaan lingkungan, digitalisasi administrasi usaha, dan penguatan branding dapat menjadi pendekatan strategis dalam meningkatkan daya saing serta keberlanjutan UMKM Basa Rajang Bu Desak.

Untuk menjaga keberlanjutan program, pemilik UMKM disarankan untuk menerapkan pencatatan keuangan digital secara konsisten, melakukan pengelolaan limbah organik secara rutin, serta mengembangkan aktivitas pemasaran digital melalui pembaruan konten secara berkala. Selain itu, pengembangan program lanjutan dapat diarahkan pada perluasan pemasaran melalui platform digital yang lebih luas serta peningkatan kapasitas manajemen usaha agar UMKM mampu berkembang secara berkelanjutan.

DAFTAR PUSTAKA

Alfiyah, N., & Ratri, I. N. (2023). Pendampingan dan penguatan UMKM Desa Tambong melalui branding, strategi pemasaran dan pencatatan laporan keuangan sederhana dalam menghadapi era new normal. *Jurnal ABDINUS : Jurnal Pengabdian Nusantara*, *7*(2), 395–403. doi.org

Elkington, J. (1997). *Cannibals with forks: The triple bottom line of 21st century business*. Capstone Publishing.

Geissdoerfer, M., Savaget, P., Bocken, N. M. P., & Hultink, E. J. (2017). The circular economy – A new sustainability paradigm? *Journal of Cleaner Production*, *143*, 757–768. https://doi.org/10.1016/j.jclepro.2016.12.048

Keller, K. L. (2013). *Strategic brand management: Building, measuring, and managing brand equity* (4th ed.). Pearson Education.

Natsir, K., & Waani, A. M. (2023). Pelatihan pencatatan keuangan UMKM berbasis digital. *Jurnal Bakti Masyarakat Indonesia*, *6*(1), 55–64. doi.org

Permadi, I. K. O., Dewi, N. K. U K., & Orlanda, N. P. A. (2024). Peningkatan branding pemasaran melalui media digital. *Prosiding Seminar Nasional Pengabdian Masyarakat*, *3*(1), 2963–2552.

Ulfha, S. M., Arifiani, R., Mursidah, M., Hanum, K., & Yunianingsih, Y. (2025). Analisis implementasi akuntansi digital guna pencatatan keuangan pada UMKM. *Indonesian Journal of Economic and Business*, *3*(2), 22–33. doi.org