Vol. 3 No. 3, 2026, pp. 353-358

Jurnal Tagalaya
Pengabdian Kepada Masyarakat
ISSN: 3047-4094
https://tagalayapkm.com/index.php/jt-pkm/index

PENGUATAN KAPASITAS PELAKU UMKM MELALUI LITERASI KEUANGAN DAN SAK EMKM UNTUK MENINGKATKAN KEBERLANJUTAN USAHA DI JEMAAT GPM AMAHUSU

Christy Clayde Latupeirissa [1], Ester Remalya Lestuny [2], Franco Benony Limba[3], Shella Gilby Sapulette [4], Marannu Paledung[5], Jabida Latuamury [6], Jacobus Cliff Diky Rijoli [7]

[1,3-6] Prodi Akutansi, Fakultas Ekonomi dan Bisnis, Universitas Pattimura, Ambon, Maluku, Indonesia
[2] Komunitas Tunas Cengkeh, Ambon, Maluku, Indonesia
[7] Prodi Ekonomi Pembangunan, Fakultas Ekonomi dan Bisnis, Universitas Pattimura, Ambon, Maluku, Indonesia

Article Info

Article history:

Received Oct 29th, 2026
Reviewed Oct 30th, 2026
Accepted Oct 31st, 2026

Keywords:

Financial Literacy
MSMEs
Business Sustainability
GPM Amahusu Congregation

ABSTRACT

Micro, Small, and Medium Enterprises (MSMEs) play an important role in supporting income generation and economic independence within communities. Business sustainability requires adequate financial literacy, proper transaction recording, and an understanding of financial reporting in accordance with the Financial Accounting Standards for Micro, Small, and Medium Entities (SAK EMKM). MSME actors in the GPM Amahusu Congregation face challenges, including irregular financial recordkeeping, the mixing of personal and business finances, and difficulties in calculating costs and profits. This community service activity aimed to strengthen the capacity of MSME actors through financial literacy education and an introduction to the importance of proper financial recordkeeping as a foundation for preparing business financial statements. The activity was conducted on July 30, 2026, at the GPM Amahusu Congregation Church, involving 43 participants. The methods included problem identification, socialization, discussions, and evaluation through question-and-answer sessions. The materials covered recording income and expenses, separating personal and business finances, calculating costs and profits, as well as product development and the use of digital media to support business sustainability. According to the activity report, the program served as a platform for knowledge sharing and discussion. However, the report does not provide pre-test and post-test results or measurable evidence of SAK EMKM implementation. Therefore, the impact on participants' knowledge, financial reporting practices, and business sustainability cannot yet be quantified. Further assistance is needed to help MSME actors implement more systematic financial recordkeeping and understand how to prepare financial statements in accordance with their business needs.

© 2026 The Authors. Published by CV. KARAMA PUBLISHER
This is an open access article under the CC BY-NC-SA license (https://creativecommons.org/licenses/by-nc-sa/4.0

Corresponding Author:

Ester Remalya Lestuny,

Fakultas Ekonomi dan Bisnis, Universitas Pattimura, Ambon
Email: ester.remalya@gmail.com

PENDAHULUAN

LATAR BELAKANG

Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah (UMKM) memiliki peran penting dalam mendorong aktivitas ekonomi masyarakat, menyediakan sumber pendapatan, dan membuka peluang kerja. Dalam konteks Jemaat GPM Amahusu, kegiatan usaha masyarakat memiliki potensi untuk dikembangkan sebagai salah satu penopang kemandirian dan kesejahteraan ekonomi. Sejumlah pelaku usaha menjalankan kegiatan di bidang kuliner, termasuk penjualan kue jajanan pasar dan makanan siap saji, sehingga pengelolaan keuangan dan strategi menjaga kualitas produk menjadi bagian penting dalam keberlanjutan usaha.

Salah satu tantangan yang dihadapi pelaku UMKM adalah pengelolaan keuangan yang belum tertata. Pencatatan pemasukan dan pengeluaran yang tidak dilakukan secara rutin dapat menyulitkan pemilik usaha mengetahui kondisi keuangan, biaya operasional, dan keuntungan yang sebenarnya diperoleh. Pencatatan sederhana dapat membantu pelaku usaha memahami arus uang serta menjadi dasar pengambilan keputusan (Mulyati et al., 2024; Santiara & Sinarwati, 2023). Persoalan lain adalah belum jelasnya pemisahan uang pribadi dan uang usaha. Ketika kedua jenis dana digunakan secara bercampur, modal, biaya, dan keuntungan usaha menjadi lebih sulit dihitung.

Selain aspek keuangan, daya saing UMKM juga ditentukan oleh kualitas produk, kemasan, pelayanan, identitas merek, dan kemampuan menjangkau pelanggan. Produk yang baik perlu didukung kemasan yang sesuai dan identitas usaha yang mudah dikenali. Di tengah perkembangan ekonomi digital, media seperti WhatsApp Business, Instagram, dan TikTok dapat dimanfaatkan untuk promosi dan komunikasi pelanggan. Google Maps membantu pelanggan menemukan lokasi usaha, sedangkan QRIS dapat menjadi alternatif pembayaran digital. Pemanfaatan teknologi tersebut perlu disesuaikan dengan kemampuan dan kebutuhan masing-masing usaha (Morisson & Fikri, 2025; Purnamasari et al., 2025).

Dalam konteks tersebut, SAK EMKM relevan sebagai acuan pelaporan keuangan bagi entitas mikro, kecil, dan menengah. Pengenalan literasi keuangan dan pembiasaan pencatatan transaksi merupakan fondasi awal agar pelaku UMKM memiliki data yang lebih tertib ketika menyusun informasi keuangan. Meski demikian, laporan pelaksanaan kegiatan ini terutama mendokumentasikan sosialisasi tentang pencatatan keuangan sederhana, pemisahan dana, biaya dan keuntungan, serta pengembangan usaha; laporan tidak merinci praktik teknis penyusunan laporan keuangan lengkap berdasarkan setiap ketentuan SAK EMKM. Batasan ini perlu diperhatikan dalam membaca hasil kegiatan.

Berdasarkan pemetaan masalah dalam laporan kegiatan, kebutuhan utama mitra meliputi peningkatan keteraturan pencatatan keuangan, pemisahan keuangan pribadi dan usaha, pemahaman tentang biaya dan keuntungan, pengembangan kualitas serta branding produk, dan penguatan pemasaran digital. Oleh karena itu, kegiatan pengabdian ini bertujuan memberikan pemahaman dan keterampilan dasar yang dapat diterapkan oleh pelaku UMKM Jemaat GPM Amahusu untuk mengelola keuangan secara lebih tertib dan mengembangkan daya saing usaha.

METODE

Kegiatan pengabdian kepada masyarakat dilaksanakan pada Kamis, 30 Juli 2026, pukul 09.00–11.00 WIT, bertempat di Gereja GPM Jemaat Amahusu, Ambon. Mitra kegiatan

adalah pelaku UMKM Jemaat GPM Amahusu dengan jumlah peserta sebanyak 43 orang. Metode penerapan meliputi persiapan, penyampaian materi, diskusi, evaluasi, dan pelaporan.



Gambar 1. Tahap Pelaksanaan Kegiatan

1. Tahap persiapan
   Persiapan dilakukan melalui pemetaan masalah oleh mahasiswa dan tim pengabdian, termasuk wawancara dengan pihak gereja serta pelaku UMKM mengenai kendala pengelolaan usaha. Tim kemudian mendata peserta, menentukan topik sosialisasi yang sesuai dengan kebutuhan mitra, serta menyiapkan narasumber dari bidang akuntansi dan ekonomi pembangunan.
2. Tahap pelaksanaan
   Kegiatan diawali dengan registrasi peserta, sambutan dari pihak gereja, dan pembukaan oleh ketua tim. Materi disampaikan melalui sosialisasi/presentasi, kemudian dilanjutkan dengan diskusi dan tanya jawab. Pokok materi mencakup: (1) pentingnya pencatatan pemasukan dan pengeluaran; (2) pemisahan keuangan pribadi dan usaha; (3) perhitungan biaya dan keuntungan; (4) kualitas produk, kemasan, pelayanan, dan branding; serta (5) pemanfaatan media sosial, dan QRIS untuk mendukung promosi dan transaksi.
3. Evaluasi kegiatan
   Evaluasi dilakukan secara deskriptif melalui sesi tanya jawab untuk memperoleh gambaran pemahaman peserta terhadap materi. Aspek yang menjadi perhatian meliputi pencatatan keuangan sederhana, pemisahan dana pribadi dan usaha, perhitungan biaya dan keuntungan, pengembangan produk dan branding, serta pemanfaatan media digital. Laporan kegiatan tidak memuat skor pre-test dan post-test maupun pengukuran tindak lanjut. Oleh sebab itu, evaluasi digunakan untuk menggambarkan pelaksanaan dan respons diskusi, bukan untuk menyatakan besaran peningkatan pengetahuan secara statistik.

HASIL DAN PEMBAHASAN

Pelaksanaan kegiatan

Kegiatan berlangsung selama dua jam dan diikuti oleh 43 peserta. Rangkaian acara meliputi

Registrasi dan persiapan	09.00–09.10 WIT
Pembukaan	09.10–09.30 WIT
Penyampaian materi	09.30–10.30 WIT
Diskusi	10.30–10.50 WIT
Penutupan	10.50–11.00 WIT



Gambar 2. Lokasi Kegiatan

Penguatan pengelolaan keuangan UMKM

Materi pengelolaan keuangan menekankan bahwa pencatatan pemasukan dan pengeluaran perlu dilakukan secara teratur. Catatan sederhana membantu pelaku usaha menelusuri uang yang diterima, pengeluaran untuk bahan baku dan kebutuhan operasional, serta sisa hasil usaha. Pemisahan keuangan pribadi dari keuangan usaha juga menjadi prinsip penting agar dana usaha dapat dipantau dan keuntungan tidak tercampur dengan pengeluaran rumah tangga. Pemahaman tentang biaya dan keuntungan diharapkan membantu pelaku usaha mempertimbangkan harga jual dan keputusan operasional secara lebih rasional.

(a) (b)



Gambar 3. (a) Pemberian materi oleh narasumber, (b) Sesi Diskusi

Pengembangan produk dan daya saing

Kegiatan juga membahas kualitas produk, kemasan, pelayanan, dan branding sebagai unsur pembentuk daya saing. Bagi usaha kuliner, kualitas dan konsistensi produk berhubungan dengan kepercayaan pelanggan. Kemasan yang sesuai dan identitas merek yang mudah dikenali dapat menambah daya tarik produk, sedangkan pelayanan yang ramah membantu mempertahankan pelanggan. Materi ini diarahkan agar pelaku UMKM tidak hanya berfokus pada proses produksi, tetapi juga memperhatikan pengalaman pelanggan dan nilai tambah produk.

Pemanfaatan pemasaran digital

Pengenalan pemasaran digital memberi gambaran tentang pilihan kanal yang dapat dimanfaatkan sesuai kapasitas usaha. WhatsApp Business dapat membantu komunikasi dengan pelanggan dan menampilkan katalog produk; Instagram dan TikTok dapat digunakan untuk memperkenalkan produk melalui konten; Google Maps dapat membantu pelanggan menemukan lokasi; dan QRIS dapat mendukung pilihan pembayaran. Penggunaan platform digital tidak otomatis menjamin peningkatan penjualan, tetapi dapat menjadi sarana untuk memperluas informasi produk dan memudahkan interaksi dengan pelanggan apabila dikelola secara konsisten.

Ketercapaian sasaran dan evaluasi

Ketercapaian yang didukung oleh dokumentasi laporan meliputi terlaksananya sosialisasi kepada 43 peserta, tersampaikannya materi sesuai permasalahan yang diidentifikasi, dan tersedianya sesi diskusi serta tanya jawab. Tabel berikut merangkum hubungan antara permasalahan, materi, dan indikator yang dapat ditinjau melalui evaluasi kegiatan.

Permasalahan	Materi yang diberikan	Indikator pemahaman
Pencatatan belum rutin dan dana bercampur	Pencatatan pemasukan-pengeluaran serta pemisahan uang pribadi dan usaha	Peserta dapat menjelaskan manfaat pencatatan dan pemisahan dana
Kesulitan menghitung biaya dan keuntungan	Identifikasi biaya dan perhitungan keuntungan sederhana	Peserta memahami komponen biaya dan perlunya menghitung laba
Kualitas, kemasan, dan branding belum optimal	Kualitas produk, kemasan, pelayanan, dan identitas merek	Peserta dapat menyebutkan unsur yang mendukung daya saing
Pemasaran digital masih terbatas	WhatsApp Business, Instagram, TikTok, Google Maps, dan QRIS	Peserta mengenali fungsi dasar kanal digital yang dibahas

Tabel 1. Permasalahan, materi, dan indikator pemahaman kegiatan.

Walaupun kegiatan menyediakan ruang pembelajaran dan diskusi, laporan tidak menyajikan data kuantitatif yang memungkinkan pengukuran perubahan pengetahuan atau perilaku setelah kegiatan. Dengan demikian, artikel ini tidak menyimpulkan bahwa pendapatan, penjualan, atau keberlanjutan usaha peserta telah meningkat sebagai dampak langsung kegiatan. Dampak tersebut perlu ditinjau melalui pendampingan dan pemantauan lanjutan, misalnya dengan memeriksa penggunaan buku kas sederhana, pemisahan dana usaha, atau konsistensi promosi digital beberapa minggu setelah pelatihan.

Keberlanjutan program

Keberlanjutan program dapat diarahkan pada pendampingan praktik, bukan hanya sosialisasi. Pendampingan dapat berupa pembuatan format pencatatan kas harian, latihan memisahkan uang usaha, simulasi perhitungan biaya dan laba produk, peninjauan kemasan serta identitas merek, dan praktik membuat profil usaha pada platform digital. Pengukuran sederhana melalui daftar periksa sebelum dan sesudah pendampingan akan membantu tim dan mitra mengetahui bagian yang sudah diterapkan serta kendala yang masih dihadapi.



Gambar 4. Dokumentasi Bersama Para Pelaku UMKM

KESIMPULAN

Kegiatan pengabdian kepada masyarakat di Jemaat GPM Amahusu dilaksanakan pada 30 Juli 2026 dan melibatkan 43 peserta. Kegiatan diarahkan untuk memperkuat kapasitas pelaku UMKM melalui literasi keuangan, dengan materi berupa pencatatan keuangan sederhana, pemisahan keuangan pribadi dan usaha, serta perhitungan biaya dan keuntungan. Materi pengembangan produk dan pemanfaatan media digital juga diberikan sebagai dukungan bagi keberlanjutan usaha. Literasi keuangan dan pencatatan yang tertib dapat menjadi fondasi awal bagi pelaku UMKM untuk menyiapkan informasi keuangan yang relevan dengan SAK EMKM. Akan tetapi, pengukuran kuantitatif perubahan pengetahuan maupun bukti penerapan penuh SAK EMKM belum dilakukan. Oleh sebab itu, kegiatan lanjutan perlu difokuskan pada pendampingan praktik pencatatan transaksi dan penyusunan laporan keuangan sesuai SAK EMKM, disertai evaluasi berkala atas penerapannya.

DAFTAR PUSTAKA

Morisson, B., & Fikri, A. A. H. S. (2025). Digitalisasi UMKM sebagai strategi meningkatkan daya saing di era ekonomi digital. *EBISNIS: Jurnal Ilmiah Ekonomi dan Bisnis, 18*(1), 289–299. https://doi.org/10.51903/e-bisnis.v18i1.2215

Mulyati, M., Ramadhan, M. S., & Amelya, D. R. (2024). Pengaruh literasi keuangan dan sikap keuangan terhadap pengelolaan keuangan UMKM. *Lensa Ilmiah: Manajemen dan Sumberdaya, 3*(2), 62–66. https://doi.org/10.54371/jms.v3i2.447

Nurafifah, A., Soleha, A., & Misra, I. (2025). Peran manajemen keuangan dalam pengelolaan UMKM untuk meningkatkan keberlanjutan bisnis. *Opportunity Research and Community Service Journal, 3*(1), 18–41. https://doi.org/10.55352/opportunity

Purnamasari, E. D., Coyanda, J. R., Akbar, M. G. T., & Kristianing, E. (2025). Peningkatan kapasitas UMKM melalui pengelolaan keuangan digital dan digitalisasi pemasaran dalam mendorong keberlanjutan usaha. *Jurnal Abdimas Mandiri, 9*(3), 431–437. https://doi.org/10.36982/jam.v9i3.6129

Santiara, I. M., & Sinarwati, N. K. (2023). Pengaruh literasi keuangan terhadap pengelolaan keuangan UMKM di Kecamatan Tejakula. *CAPITAL: Jurnal Ekonomi dan Manajemen, 6*(2), 349–355.