Vol. 3 No. 3, 2026, pp. 347-352

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

PENGUATAN DAYA SAING UMKM BERBASIS SUSTAINABILITY MELALUI INTEGRASI DIGITALISASI, INOVASI, DAN KEWIRAUSAHAAN PADA MASYARAKAT JEMAAT GPM AMAHUSU

Alend Talla[1], Theresia Febiengry Sitanala[2], Adonia Anita Batkunde[3], Simon Hendrik Leasa[4], Alfrin Ernest Marthen Usmany[5], Pathrisye Richendi Limba[6], Jems Deswyn Saireri Aronggear[7]

[1-3,5] Prodi Akuntansi, Fakultas Ekonomi dan Bisnis, Universitas Pattimura, Ambon, Maluku, Indonesia
[4,6] Prodi Manajemen, Fakultas Ekonomi dan Bisnis, Universitas Pattimura, Ambon, Maluku, Indonesia
[7] Komunitas Tunas Cengkeh, Ambon, Maluku, Indonesia

Article Info

Article history:

Received Oct 29th, 2026
Reviewed Oct 29th, 2026
Accepted Oct 29th, 2026

Keywords:

Community Empowerment
Digitalization
Financial Literacy
MSMEs
Simple Bookkeeping

ABSTRACT

Micro, Small, and Medium Enterprises (MSMEs) contribute to local economic development, yet entrepreneurs may face constraints in business planning, financial literacy, bookkeeping, separation of personal and business finances, and digital technology adoption. This article describes a community empowerment program for MSMEs and the Youth of the Protestant Church of Maluku (AMGPM) in GPM Amahusu Congregation, Ambon, Indonesia. The program integrates entrepreneurship, innovation, financial literacy, simple bookkeeping, and digital marketing. It applies a Participatory Learning and Action (PLA) approach through community coordination and needs identification, training, technology application, and mentoring and evaluation. Practical topics include identifying local business opportunities, Business Model Canvas, business planning, budgeting, cash-flow management, transaction recording, and the use of spreadsheet tools and social media for marketing. The program emphasizes practical skills alongside conceptual learning. However, the underlying activity report does not provide numerical pre-test and post-test results or a consolidated participant achievement dataset. Accordingly, this article describes the intervention process and intended outputs, while quantitative impacts on knowledge, business performance, and competitiveness cannot yet be established. This community-based approach has potential as a collaboration model involving a university, church, MSMEs, and young people, provided that follow-up monitoring is strengthened.

© 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:

Alend Talla
Afiliasi: Universitas Pattimura, Ambon, Indonesia
Email: alendtalla33@gmail.com

PENDAHULUAN

Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah (UMKM) merupakan bagian penting dari perekonomian masyarakat karena membuka peluang kerja, mendukung pendapatan keluarga, dan menggerakkan aktivitas ekonomi lokal. Agar dapat bertahan dan berkembang, pelaku UMKM tidak cukup hanya mengandalkan keterampilan menghasilkan produk. Mereka juga membutuhkan kemampuan mengenali pasar, merencanakan usaha, mengelola keuangan, melakukan inovasi, serta menggunakan teknologi untuk memperluas jangkauan pemasaran (Organisation for Economic Co-operation and Development [OECD], 2021; Ye & Kulathunga, 2019).

Literasi keuangan membantu pelaku usaha memahami dan mengambil keputusan yang berkaitan dengan anggaran, pencatatan transaksi, arus kas, biaya, dan kebutuhan modal. Dalam praktik UMKM, pencampuran keuangan pribadi dengan keuangan usaha dapat menyulitkan pemilik dalam menentukan pendapatan, biaya, laba, serta dana yang tersedia untuk pengembangan usaha. Pembukuan sederhana menjadi langkah awal untuk menghasilkan informasi keuangan yang berguna bagi pengambilan keputusan (Bank Indonesia, 2016; Otoritas Jasa Keuangan [OJK], 2022; Ye & Kulathunga, 2019).

Pada saat yang sama, perkembangan teknologi digital menyediakan pilihan yang relatif mudah diakses untuk mendukung pencatatan dan promosi. Lembar kerja seperti *Microsoft Excel* atau *Google Sheets* dapat digunakan untuk mencatat penerimaan, pengeluaran, dan saldo kas. WhatsApp Business serta media sosial seperti Facebook dan Instagram dapat membantu pelaku usaha menyampaikan informasi produk dan berinteraksi dengan calon pelanggan. Namun, manfaat teknologi bergantung pada keterampilan pengguna, kesiapan sumber daya, dan konsistensi penerapannya (OECD, 2021).

Jemaat GPM Amahusu di Kecamatan Nusaniwe, Kota Ambon, memiliki pelaku usaha pada bidang kuliner, perdagangan kecil, jasa, dan industri rumah tangga, serta kelompok AMGPM yang berpotensi menjadi penggerak kewirausahaan muda. Berdasarkan identifikasi kebutuhan dalam laporan kegiatan, persoalan mitra mencakup pencatatan keuangan yang belum teratur, pencampuran keuangan pribadi dan usaha, keterbatasan perencanaan bisnis, dan pemanfaatan teknologi digital yang belum optimal. Anggota AMGPM juga memerlukan penguatan dalam mengenali peluang usaha dan merancang model bisnis.

Program pengabdian ini mengintegrasikan kewirausahaan, inovasi, literasi keuangan, pembukuan sederhana, perencanaan bisnis, dan digitalisasi dalam satu rangkaian pemberdayaan. Tujuan artikel ini adalah mendeskripsikan pendekatan dan tahapan pelaksanaan program serta menjelaskan kontribusi potensial integrasi materi tersebut bagi penguatan kapasitas UMKM berbasis komunitas, sejalan dengan agenda pembangunan berkelanjutan yang menekankan pertumbuhan ekonomi inklusif dan inovasi (United Nations, 2015). Artikel ini tidak dimaksudkan sebagai pengujian dampak kuantitatif karena data evaluasi numerik belum tersedia dalam laporan sumber.

METODE

Kegiatan menggunakan pendekatan Participatory Learning and Action (PLA), yaitu pendekatan partisipatif yang menempatkan mitra sebagai pihak aktif dalam identifikasi masalah, pembelajaran, praktik, dan evaluasi. Pendekatan partisipatif menekankan keterlibatan masyarakat dalam mengenali persoalan dan merumuskan tindakan yang sesuai dengan konteks mereka (Chambers, 1994). Mitra kegiatan adalah pelaku UMKM dan anggota AMGPM Jemaat GPM Amahusu, dengan dukungan Majelis Jemaat serta tim pengabdian Universitas Pattimura.

Sosialisasi dan identifikasi kebutuhan

Tahap awal dilakukan melalui koordinasi dengan Majelis Jemaat dan pengurus AMGPM untuk menyepakati tujuan, jadwal, mekanisme, serta peran para pihak. Identifikasi kebutuhan dilakukan melalui diskusi, wawancara, dan pengamatan terhadap praktik pengelolaan usaha. Aspek yang diperhatikan meliputi pengetahuan kewirausahaan, perencanaan bisnis, pencatatan transaksi, pemisahan keuangan pribadi dan usaha, pengelolaan arus kas, serta penggunaan media digital. Pre-test dirancang untuk menggambarkan pemahaman awal peserta.

Pelatihan dan praktik

Pelatihan dilaksanakan secara interaktif melalui penjelasan, diskusi, studi kasus, simulasi, dan latihan langsung. Materi meliputi kewirausahaan berbasis potensi lokal; pengembangan inovasi produk dan layanan; penyusunan Business Model Canvas (BMC) dan business plan; literasi keuangan; penyusunan anggaran dan pengelolaan arus kas; pencatatan transaksi dan penyusunan laporan sederhana; serta strategi pemasaran konvensional dan digital. Latihan disesuaikan dengan karakteristik usaha peserta atau gagasan usaha bagi peserta yang belum memiliki usaha.

Penerapan teknologi

Peserta diperkenalkan pada penggunaan Microsoft Excel atau Google Sheets untuk pencatatan penerimaan, pengeluaran, dan saldo kas. Untuk pemasaran, peserta diarahkan menggunakan WhatsApp Business, Facebook, dan Instagram, termasuk penyampaian informasi produk dan pengembangan katalog digital. Teknologi dipilih berdasarkan aksesibilitas dan kebutuhan dasar usaha.

Pendampingan dan evaluasi

Pendampingan dirancang melalui konsultasi individu atau kelompok, pemeriksaan pencatatan keuangan, peninjauan rencana bisnis, serta pembahasan penggunaan media digital. Evaluasi direncanakan melalui pre-test dan post-test, penilaian praktik pembukuan, pemeriksaan business plan, observasi penggunaan media digital, dan kuesioner kepuasan. Target yang ditetapkan dalam rancangan kegiatan adalah sekurang-kurangnya 80% peserta meningkat nilai post-test, 80% mampu menyusun pembukuan sederhana, serta 70% mampu menyusun rencana bisnis dan memanfaatkan media digital. Angka tersebut merupakan target program, bukan hasil capaian terverifikasi.

HASIL DAN PEMBAHASAN

Identifikasi kebutuhan mitra

Identifikasi kebutuhan menjadi dasar untuk membedakan dukungan bagi pelaku UMKM yang telah menjalankan usaha dan anggota AMGPM yang sedang mengembangkan

ide bisnis. Bagi pelaku UMKM, penguatan diarahkan pada perbaikan pengelolaan usaha yang berjalan. Bagi anggota AMGPM yang belum memiliki usaha, kegiatan difokuskan pada pengenalan peluang usaha, pengembangan ide, dan penyusunan rencana bisnis sederhana. Pembedaan ini penting agar materi pelatihan sesuai dengan kondisi peserta, bukan diberikan secara seragam. Permasalahan yang menjadi perhatian meliputi keterbatasan kompetensi kewirausahaan, literasi keuangan, pembukuan, perencanaan bisnis, pemasaran digital, dan kesinambungan pendampingan. Temuan tersebut menjadi landasan untuk menggabungkan materi manajerial dan praktik akuntansi dasar dengan keterampilan pemasaran dan inovasi.

Penguatan kewirausahaan dan inovasi

Materi kewirausahaan mendorong peserta mengidentifikasi kebutuhan konsumen, menilai peluang usaha berbasis potensi lokal, serta merumuskan nilai produk atau layanan. Business Model Canvas digunakan sebagai alat bantu untuk memetakan segmen pelanggan, proposisi nilai, saluran pemasaran, hubungan pelanggan, sumber pendapatan, sumber daya utama, aktivitas utama, mitra utama, dan struktur biaya. Bagi usaha yang telah berjalan, kerangka tersebut dapat digunakan untuk meninjau model bisnis yang ada. Bagi calon wirausahawan, BMC membantu menyusun gagasan awal sebelum usaha dijalankan. Inovasi dapat dilakukan secara bertahap, misalnya melalui variasi produk, perbaikan kualitas, penyempurnaan kemasan, atau peningkatan pelayanan. Inovasi perlu mempertimbangkan kemampuan modal, sumber daya lokal, dan kebutuhan pasar. Dengan demikian, pengembangan usaha tidak hanya berorientasi pada penciptaan produk baru, tetapi juga pada perbaikan proses dan pengalaman pelanggan.

Literasi keuangan dan pembukuan sederhana

Komponen akuntansi praktis dalam program ini menekankan pencatatan transaksi harian, buku kas masuk dan keluar, pengelompokan biaya, serta perhitungan hasil usaha secara sederhana. Peserta juga diarahkan memisahkan keuangan pribadi dari keuangan usaha. Pemisahan tersebut dapat membantu pemilik usaha memperoleh gambaran lebih jelas mengenai penerimaan, pengeluaran, saldo kas, dan kemampuan usaha membiayai kegiatan operasional. Pembukuan yang konsisten dapat menjadi dasar untuk menyusun anggaran, memantau biaya, menilai kebutuhan modal, dan merencanakan pengembangan usaha. Pencatatan transaksi dan ketersediaan informasi keuangan juga dapat membantu UMKM ketika mengakses pembiayaan (Bank Indonesia, 2016), sedangkan literasi keuangan berhubungan dengan keberlanjutan usaha (Ye & Kulathunga, 2019). Akan tetapi, keterampilan ini memerlukan kebiasaan dan pendampingan. Karena laporan sumber tidak menyajikan jumlah peserta yang berhasil menyelesaikan format pembukuan atau nilai penilaian praktik, capaian aktual pada aspek ini belum dapat dikuantifikasi.

Pemanfaatan teknologi digital

Penggunaan lembar kerja digital diarahkan untuk membuat pencatatan lebih teratur dan memudahkan penelusuran transaksi. Sementara itu, WhatsApp Business dan media sosial diperkenalkan sebagai sarana komunikasi, promosi, dan penyampaian katalog produk. Digitalisasi dalam konteks program ini diposisikan sebagai alat bantu pengelolaan dan pemasaran, bukan sebagai tujuan yang berdiri sendiri. OECD (2021) menjelaskan bahwa digitalisasi dapat membantu UMKM meningkatkan kinerja dan inovasi, meskipun adopsinya dapat terhambat oleh keterbatasan sumber daya, keterampilan, dan pembiayaan. Hasilnya

dalam konteks program ini akan bergantung pada konsistensi pencatatan, kualitas informasi produk, frekuensi promosi, respons kepada pelanggan, dan evaluasi atas kegiatan pemasaran. Penilaian dampak digitalisasi pada tahap berikutnya sebaiknya menggunakan indikator yang dapat diamati, seperti jumlah peserta yang aktif menggunakan media digital, frekuensi pembaruan katalog, jumlah pertanyaan pelanggan, serta perubahan pesanan atau penjualan jika data tersedia. Tanpa data sebelum dan sesudah kegiatan, peningkatan penjualan atau perluasan pasar tidak dapat dinyatakan sebagai hasil yang telah terbukti.

Keberlanjutan dan kolaborasi berbasis komunitas

Keterlibatan Majelis Jemaat, AMGPM, pelaku UMKM, dan perguruan tinggi merupakan modal sosial untuk menjaga keberlanjutan kegiatan. Kelompok komunitas dapat membantu pertukaran pengalaman, promosi silang, dan pendampingan sederhana setelah pelatihan. Generasi muda juga berpotensi mendukung penggunaan teknologi digital, sedangkan pelaku usaha dapat berbagi pengalaman praktis tentang pelanggan, produk, dan operasional. Keberlanjutan dapat dilihat melalui tiga dimensi. Dimensi ekonomi mencakup pencatatan yang lebih teratur, pengendalian biaya, dan perencanaan usaha. Dimensi sosial mencakup keterlibatan generasi muda, jejaring antar-pelaku UMKM, dan kemitraan dengan perguruan tinggi serta gereja. Dimensi lingkungan dapat diperkenalkan melalui efisiensi bahan baku, pengurangan limbah, pengelolaan sampah, dan pemilihan kemasan yang sesuai. Kerangka ini selaras dengan agenda pembangunan berkelanjutan, termasuk pertumbuhan ekonomi yang inklusif, inovasi, serta pola konsumsi dan produksi yang bertanggung jawab (United Nations, 2015). Penerapan dimensi lingkungan perlu disesuaikan dengan kapasitas dan karakteristik usaha masing-masing.

Keterbatasan pelaporan hasil

Laporan kegiatan yang menjadi sumber artikel menjelaskan metode, materi, tahapan, dan luaran yang direncanakan, tetapi tidak menyajikan rekapitulasi angka pre-test dan post-test, jumlah peserta yang menyelesaikan pembukuan, jumlah business plan yang dihasilkan, atau indikator penggunaan media digital setelah kegiatan. Karena itu, pembahasan dalam artikel ini berfokus pada rancangan dan proses pemberdayaan serta manfaat yang diharapkan. Untuk artikel hasil pengabdian yang lebih kuat, penulis perlu menambahkan data aktual, dokumentasi kegiatan yang relevan, karakteristik peserta, tanggal dan durasi pelaksanaan, serta hasil evaluasi yang dapat diverifikasi.



Gambar 2. *Kegiatan Sosialisasi*

KESIMPULAN

Program pemberdayaan UMKM di Jemaat GPM Amahusu dirancang melalui pendekatan Participatory Learning and Action dengan mengintegrasikan kewirausahaan, inovasi, literasi keuangan, pembukuan sederhana, perencanaan bisnis, dan digitalisasi. Integrasi tersebut relevan untuk menjawab kebutuhan mitra terkait pengelolaan keuangan, pemisahan keuangan pribadi dan usaha, perencanaan bisnis, serta pemasaran digital. Penggunaan BMC, business plan, lembar kerja pencatatan keuangan, dan media sosial memberikan kerangka praktik yang dapat diterapkan sesuai karakteristik usaha peserta.

Meskipun demikian, laporan yang tersedia belum memuat hasil evaluasi numerik yang memungkinkan penarikan kesimpulan tentang besarnya peningkatan pengetahuan, keterampilan, kinerja, atau daya saing usaha. Oleh sebab itu, tindak lanjut perlu mencakup monitoring penerapan pembukuan, penilaian rencana bisnis, dokumentasi penggunaan teknologi digital, dan pengukuran hasil usaha dalam periode tertentu. Pendampingan kolaboratif antara Universitas Pattimura, Majelis Jemaat, AMGPM, dan pelaku UMKM penting untuk menjaga keberlanjutan program.

UCAPAN TERIMA KASIH

Penulis menyampaikan terima kasih kepada Majelis Jemaat GPM Amahusu, pengurus AMGPM, para pelaku UMKM, serta Universitas Pattimura atas dukungan dan keterlibatan dalam program pemberdayaan masyarakat ini.

DAFTAR PUSTAKA

Bank Indonesia. (2016). Pedoman umum, pedoman teknis, dan modul pencatatan transaksi keuangan (PTK) untuk usaha mikro dan kecil (UMK). https://www.bi.go.id/id/umkm/penelitian/pages/pedoman-umum-pedoman-teknis-dan-modul-ptk-untuk-umk.aspx

Chambers, R. (1994). The origins and practice of participatory rural appraisal. World Development, 22(7), 953–969. https://doi.org/10.1016/0305-750X(94)90141-4

Organisation for Economic Co-operation and Development. (2021). The digital transformation of SMEs. OECD Publishing. https://doi.org/10.1787/bdb9256a-en

Otoritas Jasa Keuangan. (2022, November 22). Survei nasional literasi dan inklusi keuangan tahun 2022. https://ojk.go.id/id/berita-dan-kegiatan/siaran-pers/Pages/Survei-Nasional-Literasi-dan-Inklusi-Keuangan-Tahun-2022.aspx

United Nations. (2015). Transforming our world: The 2030 agenda for sustainable development (A/RES/70/1). https://sdgs.un.org/2030agenda

Ye, J., & Kulathunga, K. M. M. C. B. (2019). How does financial literacy promote sustainability in SMEs? A developing country perspective. Sustainability, 11(10), Article 2990. https://doi.org/10.3390/su11102990