

PENDAMPINGAN PENINGKATAN KAPASITAS UMKM DALAM MENGHADAPI PENINGKATAN PERMINTAAN JELANG RAMADAN

Ahmad Hamid¹, Wiwin Sultraeni², Ria Rezki Amalia³, Rachmawati⁴, Sri Rachmawati⁵,
Anas Sutirno⁶

^{1,2,3}Universitas Nahdlatul Ulama Sulawesi Tenggara

^{4,5,6}Sekolah Tinggi Ilmu Ekonomi Enam Enam Kendari

e-mail: ahmadunusra@gmail.com¹, wiwinsultraeniunusra@gmail.com², riareski092@gmail.com³,
rachmawatiichsan@gmail.com⁴, rachmawatsri1@gmail.com⁵, anassutirno97@gmail.com⁶

Abstrak

Program pendampingan UMKM di Kota Kendari bertujuan untuk meningkatkan kapasitas pengelolaan bisnis dalam menghadapi lonjakan permintaan selama bulan Ramadan. Kegiatan ini mencakup pelatihan dan pendampingan intensif di bidang manajemen keuangan, pemasaran digital, dan pengelolaan stok. Melalui pelatihan yang diberikan, pelaku UMKM diajarkan untuk meningkatkan efisiensi dalam pengelolaan cash flow, merencanakan anggaran dengan tepat, dan mengelola stok bahan baku untuk memenuhi permintaan pasar yang meningkat. Selain itu, fokus juga diberikan pada penggunaan teknologi, khususnya pemasaran digital, untuk memperluas jangkauan pasar melalui platform e-commerce dan media sosial. Program ini diharapkan dapat meningkatkan pengetahuan dan keterampilan pelaku UMKM dalam mengelola bisnis mereka dengan lebih efektif. Selain itu, diharapkan ada peningkatan omzet selama bulan Ramadan, penguatan branding, serta daya saing UMKM yang lebih tinggi dalam jangka panjang. Evaluasi hasil program menunjukkan bahwa pelaku UMKM berhasil meningkatkan kapasitas operasional, memperkuat pemasaran digital, dan meraih omzet yang lebih baik. Secara keseluruhan, program ini memberikan dampak positif terhadap keberlanjutan dan perkembangan UMKM di Kota Kendari, serta memperkuat daya saing mereka di pasar yang semakin kompetitif.

Kata Kunci: UMKM, Pendampingan, Ramadan, Peningkatan Omzet, Daya Saing

Abstract

The mentoring program for MSMEs in Kendari City aims to improve their business management capacity in facing the surge in demand during Ramadan. The program includes intensive training and mentoring in financial management, digital marketing, and stock management. Through the training provided, MSME players are taught to improve efficiency in cash flow management, plan budgets appropriately, and manage raw material stocks to meet increased market demand. In addition, focus is also given to the use of technology, particularly digital marketing, to expand market reach through e-commerce platforms and social media. The program is expected to improve the knowledge and skills of MSME players in managing their businesses more effectively. In addition, it is expected that there will be an increase in turnover during Ramadan, strengthened branding, and higher competitiveness of MSMEs in the long run. The evaluation of the program results showed that MSME players managed to increase their operational capacity, strengthen their digital marketing, and achieve better turnover. Overall, this program has a positive impact on the sustainability and development of MSMEs in Kendari City, and strengthens their competitiveness in an increasingly competitive market.

Keywords: MSMEs, Mentoring, Ramadan, Increased Turnover, Competitiveness

PENDAHULUAN

Bulan Ramadan merupakan waktu yang penuh berkah bagi pelaku Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah (UMKM), terutama bagi mereka yang bergerak di sektor makanan dan minuman (Harningsih dan Anggriani, 2023). Di bulan suci ini, permintaan masyarakat terhadap berbagai jenis produk, mulai dari makanan berbuka puasa, camilan sahur, hingga oleh-oleh khas Ramadan, mengalami peningkatan yang signifikan. Meningkatnya permintaan ini memberikan peluang besar bagi UMKM untuk meningkatkan volume penjualan, yang pada akhirnya dapat mendorong peningkatan pendapatan dan keuntungan (Yadi et al., 2025). Namun, di balik potensi keuntungan tersebut, banyak pelaku UMKM yang menghadapi berbagai kendala yang menghalangi mereka untuk memanfaatkan kesempatan ini secara optimal.

Beberapa kendala utama yang dihadapi UMKM adalah keterbatasan modal untuk membeli bahan baku dalam jumlah yang cukup dan menyimpan persediaan produk yang memadai. Selain itu, banyak

pelaku UMKM yang belum memiliki sistem manajemen yang efisien dalam hal produksi, pengelolaan keuangan, dan distribusi produk. Ketidakmampuan dalam merencanakan dan mengelola produksi dapat menyebabkan kekurangan pasokan atau pemborosan bahan baku yang tidak terpakai. Masalah ini semakin kompleks dengan ketidakmampuan banyak pelaku UMKM dalam menggunakan pemasaran digital yang saat ini sangat diperlukan untuk menjangkau pasar yang lebih luas. Dengan lebih banyaknya konsumen yang mengakses informasi dan berbelanja melalui media sosial dan e-commerce, UMKM yang tidak memanfaatkan teknologi ini akan kesulitan untuk bersaing dengan pesaing yang lebih adaptif.

Seiring dengan perkembangan teknologi, para pelaku UMKM perlu beradaptasi dan memanfaatkan berbagai peluang yang ada, baik di sektor produksi maupun pemasaran (Indrajaya et al., 2022). Untuk itu, dibutuhkan program pendampingan yang dapat memberikan solusi konkret bagi pelaku UMKM dalam meningkatkan kapasitas mereka. Program ini bertujuan untuk membantu UMKM mengoptimalkan peluang yang ada selama Ramadan dengan meningkatkan kemampuan mereka dalam mengelola keuangan, memproduksi barang dalam jumlah yang cukup dan berkualitas, serta memasarkan produk mereka menggunakan strategi pemasaran yang lebih efektif. Dengan memiliki pemahaman yang lebih baik tentang bagaimana merencanakan dan mengelola bisnis mereka, pelaku UMKM diharapkan dapat memenuhi permintaan pasar dengan lebih baik, meningkatkan kualitas produk, dan meningkatkan daya saing usaha mereka (Sifwah et al., 2024).

Pendampingan yang akan diberikan dalam program ini mencakup beberapa aspek utama yang sangat diperlukan oleh UMKM agar mereka dapat memaksimalkan potensi pasar selama Ramadan. Salah satu fokus utama adalah pada peningkatan kapasitas produksi, yang akan membantu pelaku UMKM untuk dapat mengelola proses produksi mereka lebih efisien, menghindari kekurangan atau pemborosan bahan baku, serta meningkatkan kualitas produk yang dihasilkan. Selain itu, pelaku UMKM juga akan diberikan pelatihan mengenai cara mengelola keuangan dan permodalan dengan lebih baik, yang sangat penting untuk memastikan keberlanjutan usaha mereka, terutama di tengah lonjakan permintaan yang memerlukan investasi lebih besar pada bahan baku dan produksi.

Di sisi pemasaran, UMKM akan diperkenalkan dengan cara-cara inovatif dan modern, seperti penggunaan pemasaran digital melalui media sosial dan platform e-commerce, yang saat ini menjadi saluran pemasaran yang paling efektif. Pelatihan ini bertujuan untuk membantu pelaku UMKM mengoptimalkan penggunaan media sosial untuk mempromosikan produk mereka, serta memperluas pasar mereka dengan cara yang lebih efektif dan efisien. Oleh karena itu, program pendampingan ini dirancang untuk tidak hanya meningkatkan kapasitas produksi dan manajerial, tetapi juga memastikan UMKM dapat mengadaptasi perkembangan teknologi dan tren pasar untuk mengembangkan usaha mereka secara berkelanjutan.

Tujuan Kegiatan

Adapun tujuan dari kegiatan pendampingan ini adalah untuk memberikan pelatihan yang komprehensif bagi pelaku UMKM di Kota Kendari agar mereka dapat mengoptimalkan peluang yang ada selama bulan Ramadan. Secara lebih rinci, tujuan dari kegiatan ini adalah:

1. Meningkatkan keterampilan UMKM dalam mengelola keuangan dan permodalan jelang Ramadan. Dengan memberikan pelatihan mengenai pengelolaan keuangan yang baik, pelaku UMKM dapat merencanakan anggaran, mengatur pengeluaran, serta mengelola modal kerja dengan efisien, sehingga mereka dapat memenuhi kebutuhan operasional bisnis mereka selama Ramadan tanpa terjebak dalam masalah keuangan.
2. Memberikan edukasi tentang strategi pemasaran digital untuk meningkatkan penjualan. Dalam era digital saat ini, pemanfaatan media sosial dan platform e-commerce menjadi sangat penting untuk memperluas jangkauan pasar. Oleh karena itu, pelatihan akan difokuskan pada penggunaan pemasaran digital yang efektif untuk menarik konsumen baru dan meningkatkan penjualan, terutama menjelang Ramadan.
3. Mengoptimalkan rantai pasok dan manajemen stok agar UMKM dapat memenuhi permintaan yang meningkat. Pendampingan ini akan mengajarkan pelaku UMKM untuk merencanakan dan mengelola rantai pasok dan stok produk dengan lebih baik, sehingga mereka dapat memenuhi permintaan yang meningkat selama bulan Ramadan tanpa mengalami pemborosan bahan baku atau kekurangan produk.
4. Memberikan pendampingan terkait inovasi produk yang sesuai dengan tren pasar Ramadan. Pelatihan ini akan membantu UMKM dalam menciptakan inovasi produk yang sesuai dengan tren pasar selama Ramadan, seperti makanan dan minuman sehat yang mudah dikonsumsi untuk

berbuka dan sahur, serta produk-produk yang sesuai dengan permintaan konsumen selama bulan puasa.

5. Melakukan monitoring dan evaluasi untuk mengukur dampak program terhadap pertumbuhan usaha UMKM. Monitoring dan evaluasi berkala akan dilakukan untuk memastikan bahwa pelaku UMKM dapat mengimplementasikan apa yang telah dipelajari, dan untuk mengukur dampak dari program pendampingan ini terhadap pertumbuhan dan keberlanjutan usaha mereka.

METODE

Kegiatan pendampingan ini akan dilaksanakan dalam beberapa tahap yang saling terhubung untuk memastikan efektivitas program. Tahap-tahap tersebut adalah sebagai berikut:

1. Survey dan Identifikasi Kebutuhan: Tahap pertama adalah melakukan survei untuk mengidentifikasi permasalahan utama yang dihadapi oleh UMKM di Kota Kendari. Melalui wawancara, diskusi kelompok, dan observasi langsung, tim akan mengumpulkan data terkait tantangan yang dihadapi pelaku UMKM, seperti keterbatasan modal, kesulitan dalam mengelola keuangan, serta kendala dalam manajemen stok dan pemasaran. Hasil identifikasi ini akan digunakan untuk merancang materi pelatihan yang tepat sasaran, sesuai dengan kebutuhan yang ada di lapangan.
2. Pelatihan dan Workshop: Setelah identifikasi kebutuhan, tahap berikutnya adalah memberikan pelatihan dan workshop yang mencakup tiga topik utama, yaitu manajemen keuangan, strategi pemasaran digital, dan manajemen stok. Pelatihan ini bertujuan untuk memberikan pelaku UMKM keterampilan yang diperlukan untuk mengelola bisnis mereka dengan lebih efisien. Di bidang manajemen keuangan, pelaku UMKM akan belajar tentang cara merencanakan anggaran, mengelola pengeluaran, dan meningkatkan cash flow. Dalam hal pemasaran, mereka akan diajarkan cara menggunakan media sosial dan platform digital lainnya untuk menjangkau konsumen yang lebih luas, serta strategi pemasaran yang efektif selama Ramadan. Terakhir, pelatihan manajemen stok akan membantu UMKM mengelola rantai pasok dan stok produk mereka dengan lebih baik untuk memenuhi permintaan yang meningkat selama Ramadan.
3. Pendampingan Intensif: Setelah pelatihan, tahap selanjutnya adalah pendampingan intensif yang memberikan bimbingan langsung kepada pelaku UMKM dalam mengimplementasikan strategi yang telah dipelajari. Tim pendamping akan mengunjungi lokasi usaha UMKM untuk memberikan dukungan praktis dalam mengelola keuangan, pemasaran, dan stok, serta memastikan bahwa perubahan yang dilakukan dapat diterapkan secara efektif. Pendampingan ini juga bertujuan untuk mengatasi masalah yang muncul selama implementasi dan memberikan solusi yang sesuai dengan konteks usaha masing-masing pelaku UMKM.
4. Monitoring dan Evaluasi: Tahap terakhir adalah monitoring dan evaluasi untuk menilai kemajuan dan dampak program terhadap perkembangan usaha UMKM. Evaluasi akan dilakukan sebelum dan setelah bulan Ramadan untuk mengukur sejauh mana penerapan strategi yang diajarkan berhasil meningkatkan kapasitas produksi, pengelolaan keuangan, dan pemasaran. Monitoring ini juga bertujuan untuk memastikan bahwa setiap pelaku UMKM dapat menerapkan pengetahuan yang diperoleh dengan baik dan mencapai tujuan yang diinginkan. Hasil evaluasi akan digunakan untuk memberikan umpan balik kepada peserta dan untuk meningkatkan efektivitas program di masa depan.

HASIL DAN PEMBAHASAN

1. Peningkatan Pengetahuan dan Keterampilan UMKM dalam Pengelolaan Bisnis

Setelah melalui serangkaian pelatihan dan pendampingan, pelaku UMKM di Kota Kendari telah berhasil meningkatkan pengetahuan dan keterampilan mereka dalam mengelola bisnis. Mereka kini lebih memahami pentingnya pengelolaan keuangan yang efisien, mampu merencanakan anggaran, mengelola modal kerja, dan meningkatkan cash flow usaha mereka. Selain itu, keterampilan dalam manajemen stok dan produksi juga menunjukkan hasil yang positif, dengan banyak UMKM yang kini dapat mengelola bahan baku dan produk dengan lebih efisien, sehingga mampu memenuhi permintaan pasar selama Ramadan dengan lebih baik. Hal ini memungkinkan UMKM untuk menjalankan bisnis mereka dengan lebih terstruktur dan berkelanjutan.

2. Peningkatan Omzet UMKM Selama Ramadan

Peningkatan omzet yang signifikan telah tercapai selama bulan Ramadan, yang merupakan indikator langsung dari keberhasilan program ini. Melalui penerapan strategi yang lebih terorganisir dalam produksi dan pemasaran, serta pemanfaatan pemasaran digital, UMKM

mampu meningkatkan penjualan mereka. Banyak pelaku UMKM yang melaporkan lonjakan omzet, berkat peningkatan kapasitas produksi, pengelolaan stok yang lebih efisien, dan pemanfaatan media sosial untuk mempromosikan produk mereka. Selain itu, platform e-commerce juga digunakan untuk memperluas jangkauan pasar, menjadikan produk mereka lebih mudah diakses oleh konsumen dari luar daerah.

3. **Penguatan Branding dan Jangkauan Pasar UMKM melalui Pemasaran Digital.** Salah satu pencapaian yang paling menonjol adalah penguatan branding dan peningkatan jangkauan pasar UMKM melalui pemasaran digital. Pelaku UMKM telah mengadopsi media sosial dan platform digital lainnya untuk memperkenalkan produk mereka, dan hasilnya adalah peningkatan visibilitas merek yang signifikan. Melalui kampanye pemasaran digital yang lebih terarah, banyak UMKM yang berhasil menarik perhatian konsumen baru, memperkuat hubungan dengan pelanggan lama, dan meningkatkan loyalitas merek. Jangkauan pasar juga telah berkembang, dengan produk UMKM kini dapat diakses oleh konsumen yang lebih luas, baik di dalam maupun luar Kota Kendari.
4. **Peningkatan Daya Saing UMKM dalam Jangka Panjang.** Program pendampingan ini telah membantu UMKM di Kota Kendari untuk memperkuat daya saing mereka dalam jangka panjang. Dengan penerapan manajemen yang lebih baik dalam hal produksi, keuangan, dan pemasaran, UMKM kini lebih siap untuk menghadapi tantangan yang ada di pasar. Inovasi produk dan penggunaan pemasaran digital telah memberikan mereka keunggulan kompetitif yang signifikan. Sebagai hasilnya, banyak UMKM yang kini memiliki posisi yang lebih kuat di pasar, dengan kemampuan untuk mempertahankan atau bahkan meningkatkan penjualan mereka di luar bulan Ramadan. Peningkatan efisiensi operasional dan daya saing ini memberikan landasan yang lebih kokoh bagi keberlanjutan usaha mereka di masa depan.

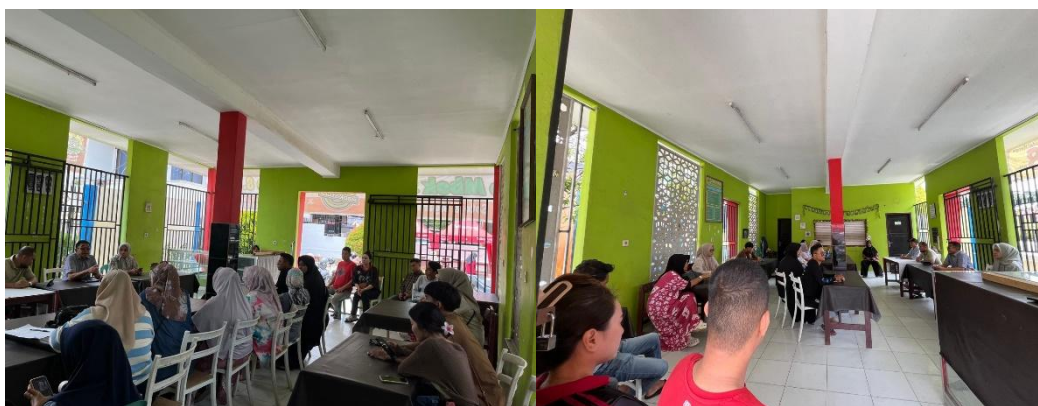
Dengan pencapaian-pencapaian tersebut, diharapkan UMKM di Kota Kendari semakin siap menghadapi tantangan bisnis yang terus berkembang dan dapat terus berkembang secara berkelanjutan. Program ini telah berhasil memberikan dampak positif yang signifikan, dan UMKM kini berada dalam posisi yang lebih baik untuk memanfaatkan peluang yang ada, baik selama bulan Ramadan maupun di luar itu.

Pembahasan

Pengabdian kepada masyarakat merupakan salah satu upaya untuk memberdayakan komunitas, terutama dalam menghadapi tantangan ekonomi yang sering kali muncul pada periode tertentu, seperti menjelang bulan Ramadan. Dalam konteks ini, Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah (UMKM) memiliki peran yang sangat penting dalam perekonomian lokal. Namun, peningkatan permintaan yang signifikan selama bulan Ramadan sering kali menjadi tantangan tersendiri bagi UMKM, baik dari segi kapasitas produksi, manajemen, hingga pemasaran. Oleh karena itu, pendampingan yang tepat dan terarah sangat diperlukan untuk membantu UMKM mempersiapkan diri menghadapi lonjakan permintaan ini.

Program pendampingan ini bertujuan untuk meningkatkan kapasitas UMKM melalui berbagai pelatihan dan bimbingan yang relevan. Dengan pendekatan yang komprehensif, kami akan memberikan pengetahuan dan keterampilan yang dibutuhkan oleh pelaku UMKM, mulai dari manajemen keuangan, pengelolaan sumber daya, hingga strategi pemasaran yang efektif. Diharapkan, melalui pendampingan ini, UMKM tidak hanya mampu memenuhi permintaan yang meningkat, tetapi juga dapat meningkatkan daya saing dan keberlanjutan usaha mereka di masa depan. Dengan demikian, program ini diharapkan dapat memberikan dampak positif bagi perekonomian lokal dan kesejahteraan masyarakat secara keseluruhan.

Program pendampingan yang dilaksanakan untuk UMKM di Kota Kendari telah menghasilkan beberapa pencapaian yang sangat signifikan, baik dari segi peningkatan kapasitas pengelolaan bisnis, pemasaran digital, maupun peningkatan omzet. Pencapaian ini tidak hanya berdampak pada kinerja UMKM selama bulan Ramadan, tetapi juga memberikan dampak jangka panjang dalam memperkuat daya saing mereka di pasar yang semakin kompetitif.



Gambar 1. Dokumentasi kegiatan

Program pendampingan yang dilaksanakan untuk UMKM di Kota Kendari telah menghasilkan beberapa pencapaian yang sangat signifikan, baik dari segi peningkatan kapasitas pengelolaan bisnis, pemasaran digital, maupun peningkatan omzet. Pencapaian ini tidak hanya berdampak pada kinerja UMKM selama bulan Ramadan, tetapi juga memberikan dampak jangka panjang dalam memperkuat daya saing mereka di pasar yang semakin kompetitif.

1. Peningkatan Pengetahuan dan Keterampilan UMKM dalam Pengelolaan Bisnis

Salah satu hasil yang sangat positif dari program ini adalah peningkatan pengetahuan dan keterampilan UMKM dalam mengelola bisnis mereka dengan lebih efektif. Sebelum pelaksanaan pendampingan, banyak pelaku UMKM yang kesulitan dalam hal pengelolaan keuangan dan permodalan (Setyowati et al., 2024). Namun, setelah mendapatkan pelatihan tentang pengelolaan cash flow, perencanaan anggaran, dan pemanfaatan modal kerja secara efisien, UMKM di Kendari kini lebih memahami pentingnya perencanaan keuangan dalam memastikan kelancaran operasional. Selain itu, pengelolaan stok bahan baku dan produk yang lebih efisien telah membantu mereka menghindari kerugian akibat pemborosan atau kekurangan stok, yang sebelumnya sering menjadi kendala.

2. Peningkatan Omzet UMKM Selama Ramadan

Peningkatan omzet selama bulan Ramadan adalah salah satu indikator utama keberhasilan program ini. Dengan adanya pendampingan dalam hal produksi, manajemen stok, dan pemasaran, banyak pelaku UMKM yang mampu memenuhi lonjakan permintaan pasar yang tinggi selama Ramadan. Peningkatan kapasitas produksi yang lebih efisien dan penggunaan pemasaran digital untuk menjangkau lebih banyak konsumen telah berhasil meningkatkan penjualan mereka (Yerizal 2024). Khususnya dalam sektor makanan dan minuman, pelaku UMKM yang sebelumnya kesulitan memenuhi permintaan yang meningkat selama Ramadan kini dapat memenuhi permintaan pasar secara lebih optimal, yang berdampak langsung pada peningkatan omzet yang signifikan.

3. Penguatan Branding dan Jangkauan Pasar UMKM melalui Pemasaran Digital

Salah satu keberhasilan besar dari program pendampingan ini adalah penguatan branding dan perluasan jangkauan pasar melalui pemasaran digital. Sebelum pendampingan, banyak pelaku UMKM yang masih mengandalkan pemasaran konvensional dan tidak memanfaatkan sepenuhnya potensi pemasaran melalui media sosial dan platform e-commerce. Setelah mengikuti pelatihan dan mendapatkan bimbingan intensif, UMKM kini dapat memanfaatkan media sosial untuk memperkenalkan produk mereka dengan cara yang lebih menarik dan kreatif. Penggunaan platform digital ini telah memungkinkan mereka untuk menjangkau konsumen di luar daerah, yang sebelumnya tidak terjangkau oleh metode pemasaran tradisional. Dengan penguatan branding yang dilakukan melalui pemasaran digital (Hasanah, 2024), UMKM semakin dikenal oleh konsumen, yang pada gilirannya meningkatkan loyalitas pelanggan dan meningkatkan penjualan.

4. Peningkatan Daya Saing UMKM dalam Jangka Panjang

Peningkatan daya saing UMKM di Kota Kendari merupakan pencapaian penting yang diperoleh dari pendampingan ini. Banyak pelaku UMKM yang kini lebih mampu bersaing di pasar yang semakin ketat, baik dalam hal kualitas produk, manajemen operasional, maupun pemasaran. Dengan adanya pemahaman yang lebih baik tentang manajemen keuangan dan pemasaran digital, serta peningkatan kapasitas dalam hal produksi dan inovasi produk, UMKM kini memiliki pondasi yang lebih kuat untuk berkembang di masa depan. Daya saing yang meningkat juga berkontribusi pada keberlanjutan usaha mereka, yang memungkinkan mereka untuk bertahan dalam menghadapi tantangan ekonomi dan persaingan pasar yang terus berkembang (Aini et al., 2023).

Namun, meskipun banyak pencapaian positif yang telah diraih, program ini juga menghadapi beberapa tantangan dalam pelaksanaannya. Salah satu tantangan utama adalah adaptasi teknologi di kalangan pelaku UMKM yang masih terbatas. Meskipun banyak pelaku UMKM yang berhasil mengimplementasikan pemasaran digital, masih ada beberapa yang merasa kesulitan dalam memahami dan memanfaatkan platform digital dengan optimal (Maimuna et al., 2024). Oleh karena itu, ke depannya perlu ada upaya lebih lanjut dalam memberikan pelatihan lanjutan dan dukungan teknis bagi pelaku UMKM untuk memastikan mereka dapat sepenuhnya mengadopsi teknologi yang ada.

Selain itu, meskipun peningkatan omzet selama Ramadan sangat menggembirakan, keberlanjutan dari pencapaian ini perlu diperhatikan. Agar UMKM dapat terus berkembang setelah Ramadan, diperlukan upaya untuk mempertahankan inovasi produk dan menjaga kualitas pelayanan yang konsisten. Oleh karena itu, penting untuk terus memberikan pendampingan berkelanjutan dalam mengelola bisnis secara efisien dan kreatif, serta memberikan pelatihan tentang bagaimana mengelola permintaan yang fluktuatif di luar bulan Ramadan.

SIMPULAN

Secara keseluruhan, program pendampingan yang dilaksanakan untuk pelaku UMKM di Kota Kendari telah berhasil mencapai hasil yang signifikan dalam meningkatkan kapasitas operasional dan daya saing mereka. Melalui serangkaian kegiatan yang meliputi identifikasi kebutuhan, pelatihan dan workshop, pendampingan intensif, serta monitoring dan evaluasi, UMKM di Kota Kendari berhasil memperoleh pengetahuan dan keterampilan baru yang sangat berguna dalam mengelola bisnis mereka. Pelatihan terkait manajemen keuangan, pemasaran digital, dan pengelolaan stok terbukti memberikan dampak positif, baik dalam hal pengelolaan usaha sehari-hari maupun dalam memanfaatkan peluang yang ada selama Ramadan.

Peningkatan pengetahuan dan keterampilan UMKM dalam mengelola bisnis menjadi pencapaian utama dari program ini, yang memungkinkan mereka untuk mengelola keuangan dengan lebih efisien, mengatur anggaran, dan mengelola stok produk dengan lebih baik. Selain itu, dengan penerapan pemasaran digital yang lebih baik, UMKM dapat memperluas jangkauan pasar mereka, memperkuat branding, dan meningkatkan loyalitas konsumen, yang pada gilirannya mendorong omzet mereka, terutama selama bulan Ramadan.

Program ini juga berhasil memberikan dampak langsung pada peningkatan omzet UMKM, yang menjadi indikator utama keberhasilan program dalam meningkatkan kapasitas produksi dan memenuhi permintaan pasar yang meningkat selama Ramadan. Penerapan manajemen stok yang lebih efisien, serta pemanfaatan media sosial dan platform digital untuk pemasaran, memungkinkan pelaku UMKM untuk menjangkau konsumen lebih luas, meningkatkan penjualan, dan meningkatkan keuntungan. Dalam jangka panjang, peningkatan daya saing UMKM di Kota Kendari menjadi hasil yang sangat signifikan. Dengan keterampilan manajerial yang lebih baik dan pemanfaatan teknologi untuk pemasaran, UMKM kini lebih siap menghadapi tantangan pasar yang semakin kompetitif. Meskipun tantangan dalam adopsi teknologi masih ada, sebagian besar pelaku UMKM telah berhasil mengimplementasikan strategi baru dengan baik. Keberlanjutan peningkatan omzet dan daya saing di luar bulan Ramadan menjadi fokus yang perlu terus diperhatikan untuk memastikan keberlanjutan usaha UMKM.

SARAN

Pelatihan Lanjutan Pemasaran Digital. Disarankan untuk mengadakan pelatihan lanjutan mengenai pemasaran digital, khususnya penggunaan platform e-commerce dan media sosial untuk memperluas jangkauan pasar UMKM di luar Kota Kendari.

1. Pendampingan Praktis dalam Pengelolaan Keuangan. UMKM perlu pendampingan lebih lanjut dalam pengelolaan keuangan sehari-hari, seperti pembuatan laporan keuangan sederhana dan pengelolaan cash flow, untuk memastikan bisnis tetap berjalan lancar.
2. Inovasi Produk Berkelanjutan. Untuk meningkatkan daya saing, UMKM disarankan untuk terus melakukan inovasi produk, terutama yang relevan dengan tren konsumen selama Ramadan dan di luar Ramadan.
3. Kolaborasi dengan Lembaga Keuangan Lokal. Diperlukan kerjasama yang lebih kuat dengan lembaga keuangan lokal untuk mempermudah akses UMKM terhadap pembiayaan modal usaha yang dibutuhkan untuk mengembangkan kapasitas produksi mereka.

DAFTAR PUSTAKA

- Aini, L. N., Santoso, F., & Khirdany, E. N. (2023). Pengembangan UMKM Kuliner di Era Digital: Peran Inovasi dan Jaringan Bisnis di Kota Sampang. *Currency: Jurnal Ekonomi dan Perbankan Syariah*, 2(1), 179-189.
- Harningsih, H., & Anggriani, D. P. (2023). Komunikasi Pemasaran Smesco Pasca Pandemi Covid-19 (Studi Deskriptif Kualitatif) Peluang dan Tantangan Pelaku UMKM Binaan Smesco. *Cakrawala-Jurnal Humaniora*, 23(2), 62-68.
- Hasanah, R. (2024). Tranformasi UMKM Desa Melalui Teknologi Digital dan Praktik Akuntansi. *Jurnal Ekonomi dan Bisnis Islam (JEBI)*, 4(2), 135-147.
- Indrajaya, T., Primasyah, D., Yulianti, S., Rosmiati, E., & Sova, M. (2022). Peran e-bisnis dalam pengembangan UMKM. *Jurnal Economina*, 1(2), 239-247.
- Maimuna, F. F., Roroa, N. A. F., Misrah, M., Oktavianty, O., & Agit, A. (2024, October). Transformasi Digital dalam Kewirausahaan: Analisis Faktor Penghambat dan Pendorong Perkembangan Ekonomi Digital. In *Prosiding Seminar Nasional Pembangunan Ekonomi Berkelanjutan Dan Riset Ilmu Sosial* (Vol. 1, No. 1, pp. 187-198).
- Setyowati, E., Yulawan, D., Astuti, E. N., & Mahasti, H. S. G. D. (2024). Optimalisasi usaha mikro kecil dan menengah (UMKM) melalui pelatihan dasar manajemen di Desa Duri Kecamatan Slahung Kabupaten Ponorogo. *Sewagati*, 8(1), 1173-1181.
- Sifwah, M. A., Nikhal, Z. Z., Dewi, A. P., Nurcahyani, N., & Latifah, R. N. (2024). Penerapan digital marketing sebagai strategi pemasaran untuk meningkatkan daya saing UMKM. *Journal of Management Accounting, Tax and Production*, 2(1), 109-118.
- Yadi, R., Nugraha, R. A., Alam, S., & Hidayat, A. (2025). Pemasaran untuk Meningkatkan Volume Penjualan pada UMKM Tarjo Pindang di Desa Cicinde Utara Kabupaten Karawang. *YUME: Journal of Management*, 8(1), 1171-1182.
- Yerizal, Y. (2024). Meningkatkan Kapasitas Pemasaran Usaha Mikro, Kecil, Dan Menengah Melalui Pelatihan E-Commerce. *Jurnal Pengabdian Sosial*, 1(10), 1638-1647.