

Optimalisasi Daya Saing melalui Inovasi Sistem Pencatatan Keuangan dan *Branding Digital* pada Pelaku UMKM “Mamidah’s Homemade” di Kelurahan Mekar Sari Balikpapan

Optimizing Competitiveness through Innovation in Financial Recording Systems and Digital Branding for MSME “Mamidah’s Homemade” in Mekar Sari Subdistrict, Balikpapan

Dewi Sartika^{1*}, Rahmatia², Nurul Aisyah Samila³, Siti Masitah⁴, Tiara Maharani⁵

¹⁻⁵ STIE Madani Balikpapan, Indonesia

*Penulis Korespondensi: sartikadewi@stiemadani.ac.id

Article History:

Naskah Masuk: 10 November 2025;

Revisi: 30 November 2025;

Diterima: 25 Desember 2025;

Terbit: 30 Desember 2025;

Keywords: Business Portfolio; Digital Branding; Innovation Developmen; Financial Recording; MSMEs.

Abstract: The field practice program, also known as *Innovation Development*, is a community service activity conducted by students of STIE Madani Balikpapan aimed at assisting Micro, Small, and Medium Enterprises (MSMEs) in improving their business performance and sustainability in the city of Balikpapan. In this program, Group 6 focuses on the MSME “Mamidah’s Homemade,” located in RT 34, Mekar Sari Subdistrict, Central Balikpapan District, which operates in the home-based food production sector. This activity is designed to provide practical assistance and applied knowledge to address several existing business challenges faced by the MSME. The main objectives of this *Innovation Development* activity are: (1) to assist in creating a systematic, structured, and consistent financial recording system as a basis for operational planning, evaluation, and decision-making; (2) to support the development of a comprehensive and well-organized business portfolio to strengthen business identity and credibility; and (3) to help business owners enhance their digital branding capabilities through the effective use of online platforms and social media to expand market reach and competitiveness.

Abstrak

Program praktik lapangan, yang juga dikenal sebagai Pengembangan Inovasi, adalah kegiatan pengabdian masyarakat yang dilakukan oleh mahasiswa STIE Madani Balikpapan yang bertujuan untuk membantu Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah (UMKM) dalam meningkatkan kinerja bisnis dan keberlanjutan mereka di kota Balikpapan. Dalam program ini, Kelompok 6 fokus pada UMKM “Mamidah’s Homemade,” yang terletak di RT 34, Kelurahan Mekar Sari, Kecamatan Balikpapan Tengah, yang bergerak di sektor produksi makanan rumahan. Kegiatan ini dirancang untuk memberikan bantuan praktis dan pengetahuan terapan untuk mengatasi beberapa tantangan bisnis yang ada di UMKM tersebut. Tujuan utama dari kegiatan Pengembangan Inovasi ini adalah: (1) untuk membantu menciptakan sistem pencatatan keuangan yang sistematis, terstruktur, dan konsisten sebagai dasar perencanaan operasional, evaluasi, dan pengambilan keputusan; (2) untuk mendukung pengembangan portofolio bisnis yang komprehensif dan terorganisir dengan baik guna memperkuat identitas dan kredibilitas bisnis; dan (3) untuk membantu pemilik usaha meningkatkan kemampuan branding digital mereka melalui penggunaan platform online dan media sosial yang efektif untuk memperluas jangkauan pasar dan daya saing.

Kata Kunci: Branding Digital; Pencatatan Keuangan; Pengembangan Inovasi; Portofolio Usaha; UMKM.

1. PENDAHULUAN

Usaha Mikro, Kecil dan Menengah (UMKM) merupakan bentuk kegiatan ekonomi yang berdiri secara mandiri dan tidak berafiliasi dengan perusahaan besar. Keberadaan UMKM memiliki peran yang sangat penting dalam menunjang perekonomian nasional karena jumlahnya yang dominan dan kemampuannya dalam menyerap tenaga kerja. Selain menjadi wadah bagi masyarakat untuk berwirausaha dan menciptakan lapangan kerja, UMKM juga berkontribusi signifikan terhadap pembentukan Produk Domestik Bruto (PDB). Berdasarkan Undang-Undang Nomor 20 Tahun 2008 tentang Usaha Mikro, Kecil dan Menengah, UMKM diklasifikasikan berdasarkan tingkat kekayaan bersih dan omzet tahunan yang mencerminkan skala usaha. Dengan karakteristik yang adaptif dan berorientasi pada potensi lokal, UMKM menjadi ujung tombak pembangunan ekonomi nasional serta motor penggerak pertumbuhan di berbagai sektor.

Dalam menghadapi era digitalisasi dan globalisasi yang semakin pesat, pelaku UMKM dituntut untuk mampu beradaptasi dengan perubahan melalui inovasi strategi pemasaran dan pengelolaan usaha. Pemanfaatan teknologi digital dapat meningkatkan efisiensi dan daya saing, terutama melalui sistem pencatatan keuangan yang sistematis, portofolio usaha yang menarik, serta strategi branding digital yang tepat sasaran. Pencatatan keuangan yang baik menjadi dasar bagi pengambilan keputusan yang akurat, sementara portofolio usaha berfungsi sebagai media promosi yang memperkuat kredibilitas bisnis. Di sisi lain, branding digital memungkinkan UMKM menjangkau pasar yang lebih luas dengan biaya yang efisien. Oleh karena itu, sinergi antara pengelolaan keuangan, pengembangan portofolio dan strategi branding digital menjadi kunci penting dalam meningkatkan daya saing dan keberlanjutan UMKM di era modern.

Kelurahan Mekar Sari merupakan salah satu wilayah administratif di Kecamatan Balikpapan Tengah, Kota Balikpapan, Provinsi Kalimantan Timur. Berdasarkan hasil survei dan observasi lapangan, kegiatan Pengembangan Inovasi (PI) ini difokuskan pada salah satu pelaku UMKM di bidang kuliner, yaitu "Mamidah's Homemade", yang memiliki produk unggulan berupa Kacang Mede dan Kacang Crispy.

Dari hasil pengamatan, usaha "Mamidah's Homemade" yang bergerak dalam produksi olahan kacang ini, menghadapi beberapa kendala utama, yaitu dalam aspek pencatatan keuangan yang masih dilakukan secara manual dan tidak konsisten sehingga data keuangan menjadi kurang rapi, sulit dievaluasi dan berpotensi menimbulkan kesalahan dalam pengambilan keputusan operasional. Selain itu, penerapan strategi branding digital juga belum berjalan optimal. Walaupun telah memanfaatkan media sosial untuk promosi, namun konten yang disajikan masih memerlukan pengembangan agar lebih menarik dan efektif. Oleh sebab

itu, kegiatan pengembangan inovasi ini difokuskan pada pendampingan penerapan sistem pencatatan keuangan berbasis template sederhana serta penguatan strategi branding digital, dengan harapan dapat membantu UMKM “Mamidah’s Homemade” dalam meningkatkan daya saing, memperluas jangkauan pasar, serta membangun citra usaha yang lebih profesional di era digital.

2. METODE

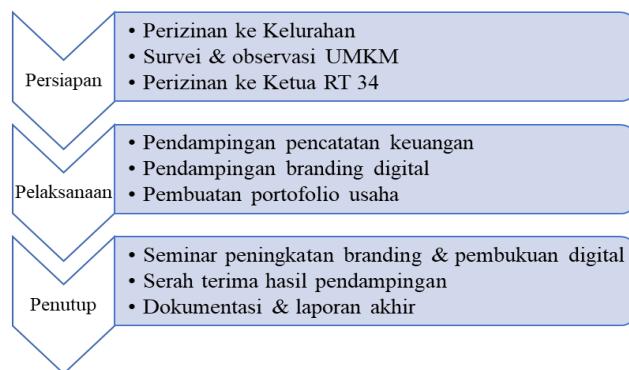
Kegiatan Pengembangan Inovasi (PI) ini dilaksanakan pada UMKM “Mamidah’s Homemade” milik Ibu Ade Puspita Haris yang berlokasi di Jalan Cemara No. 43A, RT 34, Kelurahan Mekar Sari, Balikpapan Tengah. Usaha ini memproduksi berbagai olahan kacang seperti Kacang Mede dan Kacang Crispy, serta beberapa produk tambahan seperti kue basah, amplang dan minuman kekinian.

Pendekatan yang digunakan dalam kegiatan pendampingan ini yaitu pendekatan partisipatif dan pendampingan langsung (*participatory approach*), dimana mahasiswa berperan aktif dalam mengidentifikasi masalah, merancang solusi, serta mendampingi pelaku UMKM dalam implementasi inovasi. Pendekatan ini dipilih agar kegiatan bersifat kolaboratif dan aplikatif sesuai dengan kebutuhan nyata pelaku usaha.

Tahapan kegiatan dilaksanakan secara bertahap selama periode Agustus hingga November 2025, dengan rincian sebagai berikut:

Persiapan

- Melakukan koordinasi awal dengan pihak Kelurahan Mekar Sari untuk memperoleh izin kegiatan dan data pelaku UMKM di wilayah setempat.
- Mengunjungi rumah produksi UMKM “Mamidah’s Homemade” untuk melakukan wawancara awal terkait kondisi usaha, permasalahan, serta kebutuhan inovasi.
- Melakukan kunjungan kepada Ketua RT 34 untuk mendapatkan izin pelaksanaan kegiatan pendampingan di wilayah tersebut.



Gambar 1. Tahapan Pelaksanaan Pendampingan.

Pelaksanaan Kegiatan

- a. Pendampingan Pencatatan Keuangan: memberikan pemahaman kepada pelaku UMKM mengenai pentingnya sistem pencatatan keuangan yang sistematis dan konsisten. Mahasiswa membantu membuat template pembukuan sederhana yang mencakup pencatatan pemasukan, pengeluaran dan perhitungan laba-rugi.
- b. Pendampingan Branding Digital: membantu penguatan strategi branding melalui optimalisasi akun media sosial (Instagram dan TikTok), perancangan portofolio usaha digital, dan pembuatan banner usaha untuk meningkatkan identitas visual dan kepercayaan konsumen.
- c. Pembuatan Portofolio Usaha: menyusun profil usaha yang menampilkan identitas, produk unggulan, legalitas serta keunggulan kompetitif UMKM “Mamidah’s Homemade”.
- d. Pelaksanaan Seminar Pengembangan Inovasi: kegiatan seminar dilaksanakan di Aula Kelurahan Mekar Sari dengan melibatkan pelaku UMKM di sekitar wilayah tersebut, bertujuan untuk berbagi praktik baik dan memperluas dampak kegiatan.

Evaluasi dan Pelaporan

- a. Melakukan evaluasi hasil pendampingan bersama pemilik UMKM untuk mengukur efektivitas inovasi yang diterapkan, baik dari aspek pencatatan keuangan maupun pengelolaan branding digital.
- b. Menyusun laporan akhir kegiatan PI yang diserahkan kepada pihak kampus dan Kelurahan Mekar Sari sebagai bentuk pertanggungjawaban akademik dan sosial.

3. HASIL

Kegiatan pengabdian kepada masyarakat dalam bentuk Pengembangan Inovasi (PI) ini dilaksanakan mulai bulan Agustus - November 2025, dengan objek utama pendampingan pada pelaku UMKM “Mamidah’s Homemade” yang berlokasi di RT 34, Kelurahan Mekar Sari, Kecamatan Balikpapan Tengah, Kota Balikpapan. Usaha ini dimiliki oleh Ibu Ade Puspita Haris dan telah beroperasi sejak tahun 2017 dengan produk utama Kacang Mede, Kacang Crispy, serta produk tambahan seperti amplang, aneka kue basah dan minuman kekinian.

Kegiatan PI ini merupakan bentuk implementasi *Tri Dharma Perguruan Tinggi*, khususnya dalam bidang pengabdian kepada masyarakat. Melalui kegiatan ini, mahasiswa tidak hanya menerapkan pengetahuan yang diperoleh di bangku kuliah, tetapi juga berkontribusi dalam pemberdayaan masyarakat pelaku UMKM agar mampu meningkatkan efisiensi usaha dan daya saing di era digital.

Proses Pelaksanaan Pendampingan

Pelaksanaan kegiatan PI diawali dengan koordinasi dan perizinan resmi kepada Kelurahan Mekar Sari dan Ketua RT 34, dilanjutkan dengan observasi lapangan terhadap kondisi usaha dan permasalahan yang dihadapi oleh pemilik UMKM. Dari hasil observasi, ditemukan dua isu utama, yaitu:

- a. Sistem pencatatan keuangan masih manual dan tidak konsisten, sehingga sulit untuk melakukan evaluasi usaha dan pengambilan keputusan yang berbasis data.
- b. Branding digital belum optimal, meskipun sudah memiliki akun media sosial, namun konten promosi belum terkonsep dengan baik dan belum mencerminkan identitas merek usaha.

Berdasarkan temuan tersebut, tim mahasiswa kemudian menyusun rencana kegiatan pendampingan dengan fokus pada dua aspek utama:

- a. Inovasi sistem pencatatan keuangan: dengan membuat *template* pembukuan sederhana yang dapat digunakan secara berkelanjutan.
- b. Peningkatan branding digital: melalui perbaikan konten media sosial, pembuatan portofolio usaha, dan desain *banner* sebagai identitas visual di lokasi produksi.

Pendampingan dilakukan secara langsung melalui kunjungan berkala ke lokasi usaha, memberikan arahan teknis pengisian template, serta pelatihan sederhana dalam mengelola akun media sosial.

Hasil Kegiatan Pencatatan Keuangan

Sebelum dilakukan pendampingan, pencatatan transaksi di UMKM “Mamidah’s Homemade” masih bersifat tidak teratur dan dilakukan di beberapa buku catatan terpisah. Hal ini menyebabkan kesulitan dalam memantau pengeluaran bahan baku, perhitungan laba bersih dan stok barang.

Untuk mengatasi hal tersebut, tim mahasiswa menyusun dan mencetak *template* pembukuan sederhana yang mencakup kolom:

- a. Pencatatan pemasukan dan pengeluaran harian
- b. Rekapitulasi bahan baku yang digunakan dan tersisa
- c. Perhitungan total keuntungan per periode produksi

Template tersebut kemudian diuji coba bersama pemilik UMKM untuk memastikan kemudahan penggunaannya. Hasilnya, pemilik usaha mampu melakukan pencatatan dengan lebih rapi dan memahami pentingnya pelaporan keuangan dalam evaluasi usaha.

Kegiatan ini berdampak positif terhadap peningkatan kesadaran literasi keuangan pelaku usaha, terutama dalam hal pengendalian biaya dan perencanaan modal kerja.

Hasil Kegiatan Branding Digital

Branding 4.0 menekankan pentingnya konsistensi identitas visual dan cerita merek agar UMKM mampu menciptakan kedekatan emosional dengan konsumen (Kertajaya & Ali, 2020). Pada aspek branding digital, pendampingan difokuskan pada peningkatan citra usaha melalui perbaikan tampilan visual dan konsistensi identitas merek. Pelatihan *door-to-door* dan pendampingan konten digital mampu membangun identitas merek UMKM secara lebih profesional (Varadisa & Ridho, 2023). Pemasaran produk melalui media sosial dan *e-commerce* terbukti memperluas jangkauan pasar hingga luar kota (Purwanto & Revaldo, 2023). Langkah-langkah yang dilakukan pada pendampingan ini antara lain:

- a. Optimalisasi media sosial, khususnya akun Instagram dan TikTok, dengan pembuatan konten baru yang lebih informatif, visual menarik dan mencerminkan keunggulan produk.
- b. Pembuatan portofolio usaha digital yang berisi profil UMKM, daftar produk, sertifikasi usaha (SPIRT, Halal MUI, dan HAKI), serta kontak bisnis. Portofolio ini juga diintegrasikan melalui tautan Linktree untuk memudahkan calon konsumen mengakses informasi usaha.
- c. Perancangan banner dan plang usaha baru di lokasi produksi, yang menampilkan logo dan identitas visual “Mamidah’s Homemade” agar lebih mudah dikenali oleh masyarakat sekitar.

Hasil pendampingan menunjukkan adanya peningkatan keterlibatan audiens di media sosial dan meningkatnya minat masyarakat terhadap produk yang ditawarkan. Menurut Okawati et al. (2022), kualitas konten visual berhubungan dengan keterlibatan audiens dan niat beli. Dengan adanya banner dan tampilan visual yang lebih profesional, UMKM ini mulai menunjukkan citra usaha yang lebih modern dan kredibel. Santoso & Ardiyansyah (2023) juga menyatakan bahwa *re-branding* membutuhkan konsistensi identitas visual dan pesan komunikasi. Selain itu, Dewangga et al. (2023) mendapatkan setelah pelatihan dan pendampingan *e-marketing*, kemampuan pelaku UMKM dalam membuat konten dan memanfaatkan platform digital akan meningkat rata-rata 35-40%.

Hasil Seminar dan Dampak Kegiatan

Sebagai penutup rangkaian kegiatan, tim PI menyelenggarakan Seminar Pengembangan Inovasi di Aula Kelurahan Mekar Sari dengan tema “*Optimalisasi Daya Saing UMKM melalui Inovasi Sistem Pencatatan Keuangan dan Branding Digital*”. Kegiatan ini dihadiri oleh para pelaku UMKM dan warga sekitar, serta mendapatkan sambutan positif dari pihak kelurahan. Melalui seminar ini, mahasiswa menyampaikan hasil pendampingan dan memberikan pelatihan singkat tentang pentingnya pencatatan keuangan serta strategi branding digital bagi pengembangan usaha lokal.

Dampak kegiatan ini terlihat dari meningkatnya kesadaran pelaku UMKM akan pentingnya pengelolaan administrasi usaha dan citra merek. Selain itu, pelaku UMKM “Mamidah’s Homemade” menyatakan akan terus menggunakan template keuangan yang telah diberikan serta mempertahankan strategi branding yang telah diperkenalkan. Tanuwijaya et al (2024) juga menyatakan bahwa pelatihan *e-commerce* dan website dapat meningkatkan kemampuan promosi UMKM.

Tabel 1. Timeline Kegiatan Pengembangan Inovasi.

4. DISKUSI

Kegiatan Pengembangan Inovasi (PI) pada UMKM “Mamidah’s Homemade” dilaksanakan secara bertahap sesuai rencana yang telah disusun sejak awal, mulai dari proses perizinan, observasi lapangan, pendampingan, hingga seminar kewirausahaan. Seluruh rangkaian kegiatan dilakukan secara kolaboratif antara mahasiswa STIE Madani Balikpapan, dosen pembimbing, serta pihak Kelurahan Mekar Sari dan pelaku UMKM. Proses pendampingan ini memberikan pengalaman langsung kepada mahasiswa untuk memahami dinamika pemberdayaan masyarakat serta penerapan konsep manajemen dan akuntansi dalam konteks nyata dunia usaha mikro.



Gambar 2. Perizinan Kelurahan Mekarsari Balikpapan.



Gambar 3. Kunjungan ke UMKM “Mamidah’s Homemade”.



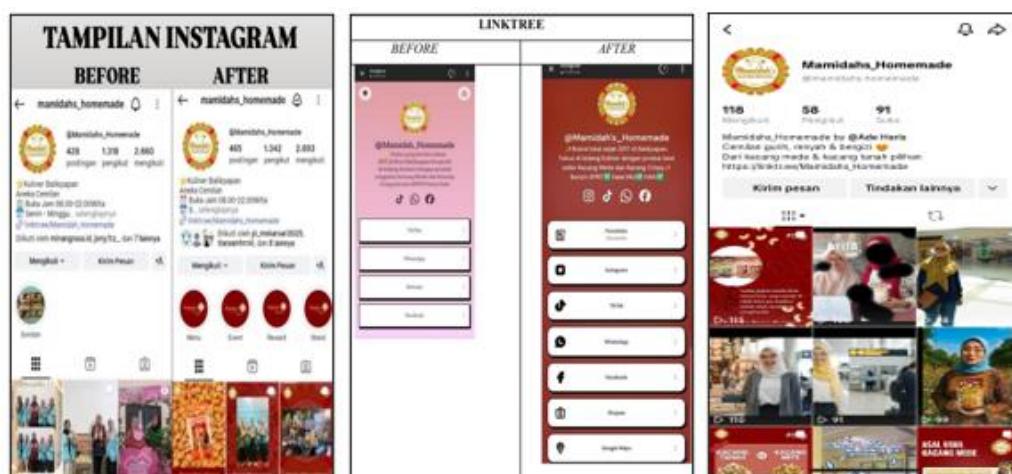
Gambar 4. Perizinan Ketua RT 034.

UMKM memerlukan sistem pencatatan sederhana namun terstruktur agar pemilik usaha dapat mengevaluasi perkembangan usaha secara akurat (Sujarweni, 2021). Dari hasil pendampingan, ditemukan bahwa salah satu hambatan utama pelaku UMKM adalah minimnya sistem pencatatan keuangan yang terstruktur dan terstandar. Kondisi ini menyebabkan kurangnya keakuratan dalam perhitungan laba, pengendalian biaya produksi, serta kesulitan dalam perencanaan keuangan jangka panjang. Hambatan pencatatan muncul dari keterbatasan literasi akuntansi, waktu dan alat bantu (Sholikah et al., 2023). Melalui penerapan *template* pencatatan keuangan sederhana yang telah dirancang oleh tim mahasiswa, pelaku usaha mulai mampu mengidentifikasi aliran kas masuk dan keluar, serta membedakan antara biaya tetap dan biaya variabel. Hal ini sejalan dengan pendapat Pradana et al. (2024), yang menjelaskan bahwa transformasi digital melalui penggunaan sistem keuangan terkomputerisasi dan aplikasi pencatatan sederhana dapat meningkatkan efisiensi operasional serta akurasi pelaporan bagi pelaku UMKM di Indonesia. Banyak UMKM hanya mencatat arus kas sehingga perlu distandardkan agar bisa dievaluasi (Yunita et al., 2024).



Gambar 5. Pendampingan Pembuatan dan Pengisian Tabel Kas Harian.

Selain aspek keuangan, kegiatan ini juga membahas pentingnya branding digital sebagai strategi membangun identitas dan kepercayaan konsumen. Marketing 5.0 menekankan pentingnya pemanfaatan teknologi untuk menciptakan pengalaman pelanggan yang relevan dan personal (Kartajaya et al., 2021). Berdasarkan pengamatan, penggunaan media sosial sebelumnya belum dimanfaatkan secara optimal. Konten yang ditampilkan belum merepresentasikan keunggulan produk dan nilai jual yang unik. Setelah dilakukan pelatihan branding digital, UMKM "Mamidah's Homemade" mulai menata ulang akun media sosialnya dengan konten yang lebih menarik, penggunaan logo baru, serta desain visual yang konsisten. Temuan ini mendukung pandangan Kaplan & Haenlein (2012), bahwa keterlibatan konsumen melalui media sosial merupakan elemen kunci untuk memperluas jangkauan pasar dan memperkuat citra merek.



Gambar 6. Optimalisasi Media Sosial (Instagram, Linktree, TikTok).

Kegiatan pendampingan juga memperlihatkan pentingnya sinergi antara aspek manajerial dan inovasi digital dalam meningkatkan daya saing UMKM. Dengan adanya sistem pencatatan keuangan yang lebih baik dan strategi branding yang kuat, pelaku usaha memiliki dasar yang lebih kokoh untuk mengambil keputusan bisnis yang terukur. Hal ini sejalan dengan pendapat Kotler dan Keller (2016) dalam buku *Manajemen Pemasaran*, bahwa inovasi merupakan proses sistematis dalam menciptakan nilai baru bagi pelanggan dan keunggulan bersaing yang berkelanjutan. Menurut Tjiptono (2019) dalam buku *Strategi Pemasaran*, inovasi berperan penting dalam memperkuat posisi kompetitif usaha kecil dengan menyesuaikan strategi bisnis terhadap perubahan perilaku konsumen dan perkembangan teknologi digital. Strategi pemasaran digital memperluas jangkauan dengan biaya relatif rendah (Ratnasari et al, 2023). Dalam konteks UMKM, inovasi tidak hanya terbatas pada produk atau teknologi, tetapi juga pada strategi pengelolaan usaha dan pemasaran yang lebih efektif.



Gambar 7. Pembuatan Banner Usaha.

Proses pelaksanaan PI ini juga menumbuhkan perubahan perilaku dan kesadaran baru di kalangan pelaku UMKM terhadap pentingnya manajemen usaha berbasis data dan promosi digital yang profesional. Perubahan sosial tersebut tampak dari meningkatnya motivasi pemilik untuk melakukan pencatatan rutin, memperbarui konten media sosial secara berkala, serta mulai merencanakan diversifikasi produk dan penjualan secara daring (*online*). Transformasi ini menunjukkan keberhasilan pendekatan partisipatif yang digunakan, di mana mahasiswa berperan sebagai fasilitator yang mendorong inovasi tanpa mengubah jati diri usaha lokal. Sejalan dengan pendapat Pradana et al. (2024) bahwa transformasi digital berkorelasi positif dengan efisiensi operasional UMKM.



Gambar 8. Pembuatan Portofolio Usaha “Mamidah’s Homemade”.

Kegiatan ini ditutup dengan pelaksanaan seminar kewirausahaan dengan peserta para pelaku UMKM di wilayah Kelurahan Mekarsari. Seminar ini dilaksanakan untuk memaparkan materi terkait inovasi sistem pencatatan keuangan dan branding digital pada UMKM serta pemaparan terkait pendampingan yang telah dilakukan pada UMKM “Mamidah’s Homemade”.



Gambar 9. Pelaksanaan Kegiatan Seminar Kewirausahaan.

Dengan demikian, kegiatan pengabdian masyarakat melalui program Pengembangan Inovasi ini tidak hanya menghasilkan luaran berupa *template* pembukuan dan media promosi, tetapi juga mendorong pembentukan kesadaran kewirausahaan modern di kalangan pelaku UMKM. Sinergi antara pengelolaan keuangan dan branding digital menjadi pondasi penting dalam menciptakan UMKM tangguh dan adaptif di era ekonomi berbasis teknologi informasi.

5. KESIMPULAN

Kegiatan Pengembangan Inovasi (PI) yang dilaksanakan oleh Kelompok 6 STIE Madani Balikpapan di UMKM “Mamidah’s Homemade”, Kelurahan Mekar Sari, Kecamatan Balikpapan Tengah, telah berjalan dengan baik sesuai rencana dan tujuan yang telah ditetapkan. Program ini memberikan dampak nyata terhadap peningkatan kapasitas pelaku usaha dalam aspek pencatatan keuangan dan branding digital.

Pendampingan yang dilakukan menghasilkan perubahan positif berupa peningkatan pemahaman pelaku UMKM terhadap pentingnya sistem pencatatan keuangan yang rapi dan konsisten sebagai dasar pengambilan keputusan usaha. Melalui implementasi *template* pembukuan sederhana, pemilik usaha kini dapat mencatat transaksi harian secara terstruktur, memantau pengeluaran dan pemasukan, serta menghitung laba secara periodik.

Selain itu, kegiatan penguatan branding digital membantu pelaku UMKM meningkatkan citra dan visibilitas usahanya di ranah daring. Optimalisasi media sosial, penyusunan portofolio usaha, dan pembuatan *banner* usaha telah mendorong peningkatan kesadaran merek (*brand*

awareness) serta memperluas jangkauan pemasaran produk. Dengan demikian, kombinasi antara inovasi pencatatan keuangan dan strategi digital marketing terbukti mampu meningkatkan daya saing serta profesionalitas UMKM “Mamidah’s Homemade”.

Secara keseluruhan, kegiatan PI ini memperlihatkan pentingnya sinergi antara mahasiswa, dosen dan masyarakat dalam mendorong pemberdayaan ekonomi berbasis inovasi digital. Diharapkan program ini dapat menjadi model pengabdian berkelanjutan bagi pengembangan UMKM lain di Kota Balikpapan dan sekitarnya.

PENGAKUAN

Puji syukur kehadirat Allah SWT atas rahmat dan karunia-Nya, sehingga kegiatan Pengembangan Inovasi (PI) dan penyusunan laporan ini dapat diselesaikan dengan baik. Tim menyampaikan terima kasih yang sebesar-besarnya kepada STIE Madani Balikpapan atas kesempatan dan dukungan dalam pelaksanaan kegiatan pengabdian kepada masyarakat. Ucapan terima kasih juga disampaikan kepada pihak Kelurahan Mekar Sari dan Ketua RT 34 atas izin, bantuan, serta kerja sama selama pelaksanaan kegiatan lapangan. Penghargaan dan terima kasih diberikan kepada Ibu Ade Puspita Haris selaku pemilik UMKM “Mamidah’s Homemade” atas kesediaannya menjadi mitra pendampingan serta keterbukaan dalam berbagi pengalaman dan data usaha. Selain itu, terima kasih kepada seluruh rekan mahasiswa Kelompok 6 PI STIE Madani Balikpapan, yaitu Rahmatia, Nurul Aisyah Samila, Siti Masitah, dan Tiara Maharani, yang telah berkontribusi aktif, bekerja sama dengan penuh semangat, serta menjaga kekompakan hingga kegiatan ini terselesaikan. Semoga kegiatan ini memberikan manfaat nyata bagi masyarakat dan menjadi langkah awal dalam pengembangan inovasi berkelanjutan bagi UMKM di Indonesia.

DAFTAR REFERENSI

- Dewangga, A. W., Paryanto, & Ristadi, F. A. (2023). Pendampingan implementasi e-marketing untuk peningkatan daya saing UMKM di Kampung Emas Bumijo, Jetis, Kota Yogyakarta. *INOTEKS: Jurnal Inovasi Ilmu Pengetahuan, Teknologi dan Seni*, 29(2). <https://doi.org/10.21831/ino.v29i2.90496>
- Kaplan, A. M., & Haenlein, M. (2012). Users of the world, unite! The challenges and opportunities of social media. *Business Horizons*, 53(1), 59–68. <https://doi.org/10.1016/j.bushor.2009.09.003>
- Kartajaya, H., Setiawan, I., & Kotler, P. (2021). *Marketing 5.0: Teknologi untuk kemanusiaan*. Gramedia.

- Kertajaya, H., & Ali, M. (2020). *Branding 4.0 untuk UMKM: Strategi membangun merek di era digital*. Gramedia.
- Kotler, P., & Keller, K. L. (2016). *Manajemen pemasaran* (Edisi ke-13). Erlangga.
- Okawati, F. R. T., et al. (2022). Pembuatan konten digital untuk pemasaran UMKM. *ICOM*, 2(3). <https://doi.org/10.33379/icom.v2i3.1822>
- Pradana, M. R. A., Parela, E., Putra, N. P., & Junaidi. (2024). Dampak transformasi digital pada kinerja UMKM di Indonesia. *RELEVANSI: Journal of Economics, Management and Business*, 8(1), 25–29. <https://doi.org/10.61401/relevansi.v8i1.112>
- Purwanto, S., & Revaldo, M. T. (2023). Pelatihan dan pendampingan digital marketing sebagai upaya meningkatkan kapasitas UMKM di Kelurahan Semolowaru, Surabaya. *Jurnal ABDIMAS Indonesia*, 1(2), 54–63. <https://doi.org/10.59841/jurai.v1i2.99>
- Ratnasari, I., Arnu, A. P., & Hannie. (2023). Peran digital marketing dalam UMKM. *Demagogi*, 1(1). <https://doi.org/10.61166/demagogi.v1i1.3>
- Santoso, B., & Ardiyansyah, A. (2023). Strategi komunikasi pemasaran dalam re-branding UMKM. *Jurnal Pengabmas Nusantara*, 5(3). <https://doi.org/10.57214/pengabmas.v5i3.326>
- Sholikah, F. P., Iswanto, P., & Sumarni, N. (2023). Faktor-faktor kendala dalam pencatatan keuangan pada UMKM toko sembako. *JTEAR*, 4(1). <https://doi.org/10.47065/jtear.v4i1.879>
- Sujarweni, V. W. (2021). *Akuntansi UMKM: Teori, aplikasi, dan penyusunan laporan keuangan*. Pustaka Baru Press.
- Tanuwijaya, K., et al. (2024). UMKM, teknologi digital, strategi pemasaran, pelatihan. *KREANOVA*, 4(3). <https://doi.org/10.24034/kreanova.v4i3.6901>
- Tjiptono, F. (2019). *Strategi pemasaran* (Edisi ke-5). Andi Offset.
- Varadisa, A. Q., & Ridho, W. F. (2023). Pendampingan digital marketing guna meningkatkan branding UMKM Desa Sumberjo. *NEAR: Jurnal Pengabdian kepada Masyarakat*, 3(1), 22–26. <https://doi.org/10.32877/nr.v3i1.829>
- Yunita, E. A., et al. (2024). Peningkatan literasi keuangan dalam pembuatan laporan UMKM. *Jompa Abdi*, 3(3). <https://doi.org/10.57218/jompaabdi.v3i3.1182>