

Optimalisasi Kinerja UMKM “Kedai Sandar” Binaan Pimpinan Ranting Aisyiyah Boro Melalui Pendampingan Keuangan dan Pemasaran

Optimizing the Performance of the "Kedai Sandar" MSMEs Under the Guidance of the Aisyiyah Boro Branch Leadership Through Financial and Marketing Guidance

Mas Oetarjo¹

Sigit Hermawan^{2*}

Nurul Kharima Apriliyani¹

Sulton Kamal Mustofa²

¹Department of Management,
Universitas Muhammadiyah
Sidoarjo, Sidoarjo, East Java,
Indonesia

²Department of Accounting,
Universitas Muhammadiyah
Sidoarjo, Sidoarjo, East Java,
Indonesia

email: sigithermawan@umsida.ac.id

Kata Kunci

Kinerja UMKM
Harga Pokok Penjualan
Laporan Keuangan
Pemasaran
Pertumbuhan Ekonomi Inklusif

Keywords:

MSMEs Performance
Cost of Goods Sold
Financial Reports
Marketing
Inclusive Economic Growth

Received: July 2026

Accepted: July 2026

Published: September 2026

Abstrak

Kegiatan pengabdian kepada masyarakat ini bertujuan untuk mengoptimalkan kinerja UMKM Kedai Sandar yang merupakan UMKM Binaan Pimpinan Ranting Aisyiyah Desa Boro, Tanggulangin, Sidoarjo melalui pendampingan keuangan dan pemasaran. Permasalahan utama yang dihadapi mitra meliputi keterbatasan alat produksi kue pukis, kemasan yang masih sederhana dan pemasaran yang konvensional, ketidakmampuan menghitung Harga Pokok Produksi (HPP) dan menetapkan harga jual secara tepat, serta fasilitas layanan yang kurang layak. Metode pelaksanaan dilakukan melalui tiga tahapan, yaitu persiapan, pelaksanaan, dan evaluasi dengan pendekatan partisipatif. Kegiatan meliputi pelatihan dan pendampingan pemasaran, penyusunan HPP dan laporan keuangan sederhana, penguatan branding dan packaging, serta pengadaan sarana produksi dan perbaikan fasilitas usaha. Hasil kegiatan menunjukkan adanya peningkatan kapasitas produksi, perbaikan tampilan kemasan, pemanfaatan pemasaran digital, serta kemampuan mitra dalam menghitung HPP dan menyusun laporan laba rugi sederhana. Program ini memberikan dampak positif terhadap peningkatan efisiensi usaha, profesionalisme pengelolaan keuangan, dan daya saing produk. Secara keseluruhan, kegiatan pengabdian ini berkontribusi dalam memperkuat kinerja UMKM serta mendukung pertumbuhan ekonomi inklusif berbasis pemberdayaan masyarakat lokal.

Abstract

The performance of Kedai Sandar, an MSMEs under the guidance of the Aisyiyah Branch Leadership of Boro Village, Tanggulangin, Sidoarjo, was assessed through financial and marketing assistance. The main problems faced by partners include limited pukis cake production equipment, simple packaging and conventional marketing, the inability to calculate the Cost of Goods Sold (COGS) and set appropriate selling prices, and inadequate service facilities. The implementation method is carried out through three stages, namely preparation, implementation, and evaluation with a participatory approach. Activities include marketing training and assistance, preparation of COGS and simple financial reports, strengthening branding and packaging, as well as procurement of production facilities and repair of business facilities. The results of the activities show an increase in production capacity, improvement of packaging appearance, utilization of digital marketing, and the ability of partners to calculate COGS and prepare simple profit and loss reports. This program has a positive impact on increasing business efficiency, professionalism of financial management, and product competitiveness. Overall, this community service activity contributes to strengthening MSMEs performance and supporting inclusive economic growth based on local community empowerment.



© 2026 Mas Oetarjo, Sigit Hermawan*, Nurul Kharima Apriliyani, Sulton Kamal Mustofa. Published by [Institute for Research and Community Services Universitas Muhammadiyah Palangkaraya](#). This is Open Access article under the CC-BY-SA License (<http://creativecommons.org/licenses/by-sa/4.0/>). DOI: <https://doi.org/10.33084/pengabdianmu.v11i9.13688>

PENDAHULUAN

Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah (UMKM) merupakan salah satu pilar utama dalam struktur perekonomian nasional (Luh Gede Bevi Libraeni et al., 2022). Keberadaan UMKM tidak hanya berfungsi sebagai penyerap tenaga kerja terbesar, tetapi juga sebagai penggerak distribusi pendapatan dan penguatan ekonomi berbasis komunitas (Chairani et al., 2025). Dalam konteks pembangunan berkelanjutan, UMKM memiliki peran strategis dalam mendukung agenda pertumbuhan ekonomi yang inklusif dan berkeadilan sebagaimana tercermin dalam tujuan *Sustainable Development Goals* (SDGs), khususnya poin ke-8 tentang pekerjaan layak dan pertumbuhan ekonomi (Singagerda, 2023; Trimulato et al., 2021; Yojana, 2023). Ekonomi inklusif menekankan pentingnya partisipasi seluruh lapisan masyarakat dalam aktivitas ekonomi produktif, termasuk pelaku usaha skala mikro yang berbasis rumah tangga dan komunitas lokal (Rachmawati & Hermawan, 2024).

Kabupaten Kabupaten Sidoarjo sebagai salah satu pusat pertumbuhan ekonomi di Jawa Timur memiliki dinamika UMKM yang cukup tinggi, terutama pada sektor kuliner dan industri rumah tangga (Rahmadani & Subroto, 2022). Letaknya yang strategis sebagai kawasan penyangga Surabaya serta kepadatan penduduk yang relatif tinggi menjadikan Sidoarjo memiliki potensi pasar yang besar. Namun demikian, di balik potensi tersebut, masih banyak UMKM yang menghadapi berbagai kendala baik yang bersifat struktural maupun manajerial. Permasalahan tersebut meliputi keterbatasan akses modal, rendahnya kapasitas produksi, lemahnya pengelolaan keuangan, kurangnya inovasi pemasaran, serta belum optimalnya sarana dan prasarana usaha. Kondisi ini berdampak pada belum maksimalnya kontribusi UMKM terhadap peningkatan kesejahteraan pelaku usaha maupun pertumbuhan ekonomi lokal secara berkelanjutan.

Salah satu UMKM yang mencerminkan kondisi tersebut adalah UMKM Kedai Sandar yang berlokasi di Perum Mutiara Citra Asri Blok O5 No. 9, Kelurahan Boro, Kecamatan Tanggulangin. Kedai Sandar merupakan usaha kuliner skala mikro berbasis rumah tangga yang dimiliki dan dikelola oleh pasangan suami istri, Heni Oktaviasi dan Bambang. Usaha ini memproduksi dan menjual berbagai makanan ringan dengan produk unggulan berupa kue pukis yang dipasarkan kepada masyarakat sekitar maupun berdasarkan pesanan pelanggan. Secara geografis, lokasi usaha yang berada di lingkungan perumahan padat penduduk memberikan peluang pasar yang cukup potensial. Permintaan produk relatif stabil, terutama untuk konsumsi harian maupun pesanan pada berbagai acara, seperti arisan, rapat, hajatan, dan kegiatan sosial. Namun, hasil observasi awal menunjukkan bahwa potensi tersebut belum sepenuhnya dioptimalkan akibat sejumlah permasalahan internal usaha yang masih dihadapi dalam aspek produksi, pemasaran, dan pengembangan bisnis.



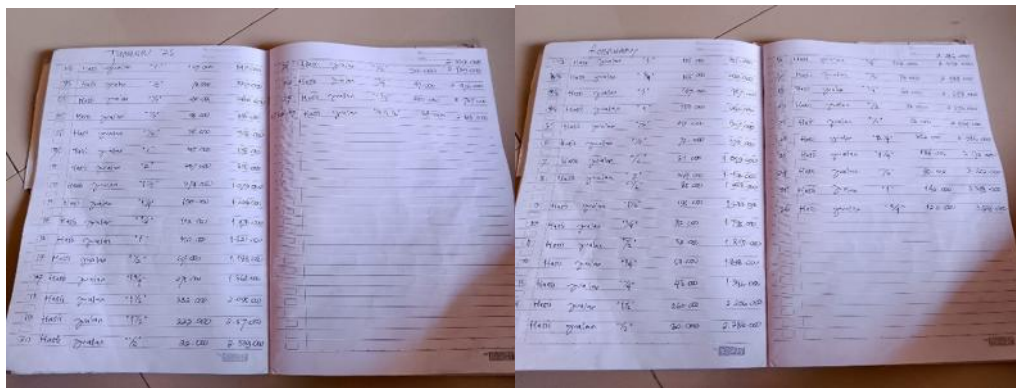
Gambar 1. Tim Abdimas Survey Kedai Sandar.

Permasalahan pertama berkaitan dengan keterbatasan alat produksi, khususnya cetakan dan peralatan pembuat kue pukis yang jumlahnya masih terbatas. Kondisi ini menyebabkan kapasitas produksi tidak mampu memenuhi permintaan secara

maksimal, terutama pada periode permintaan tinggi. Dampaknya adalah rendahnya efisiensi proses produksi dan potensi kehilangan peluang penjualan yang seharusnya dapat meningkatkan omzet usaha.



Gambar 2. Alat Cetak Pukis Kedai Sandar



Gambar 3. Catatan Keuangan Harian

Permasalahan kedua terletak pada aspek kemasan dan pemasaran. Packaging produk masih sederhana dan belum memiliki daya tarik visual yang kuat. Kemasan yang digunakan belum mencerminkan identitas merek (branding) yang profesional, sehingga kurang mampu bersaing di pasar kuliner yang semakin kompetitif. Selain itu, strategi pemasaran masih bersifat konvensional dengan mengandalkan penjualan langsung (offline). Pemanfaatan media sosial dan platform digital sebagai sarana promosi dan perluasan pasar belum dilakukan secara optimal, padahal digitalisasi pemasaran merupakan salah satu faktor penting dalam meningkatkan daya saing UMKM di era ekonomi digital.



Gambar 4. Packaging Pukis Kedai Sandar.

Permasalahan ketiga berkaitan dengan manajemen keuangan usaha. Pelaku usaha belum melakukan pencatatan keuangan secara sistematis serta belum mampu menghitung Harga Pokok Produksi (HPP) secara akurat. Penetapan harga jual masih dilakukan berdasarkan perkiraan tanpa perhitungan margin yang terukur. Kondisi ini berisiko menimbulkan

ketidaktepatan dalam menentukan laba, rendahnya profitabilitas, serta ketidakstabilan arus kas usaha dalam jangka panjang.

Permasalahan keempat menyangkut aspek tata ruang dan fasilitas layanan. Kondisi tempat usaha dan display produk masih kurang tertata dan belum memberikan kenyamanan maksimal bagi pelanggan. Padahal, dalam perspektif manajemen pemasaran modern, pengalaman pelanggan (customer experience) menjadi salah satu faktor penting dalam membangun loyalitas konsumen dan citra positif usaha.



Gambar 5. Kondisi Tempat Kedai Sandar.

Berdasarkan identifikasi permasalahan tersebut, diperlukan intervensi yang terencana dan komprehensif melalui program pengabdian kepada masyarakat yang berfokus pada optimalisasi kinerja UMKM Kedai Sandar. Program ini dirancang dengan pendekatan pendampingan keuangan dan pemasaran yang terintegrasi, meliputi: (1) peningkatan kapasitas produksi melalui dukungan peralatan usaha, (2) perbaikan desain kemasan dan penguatan branding produk, (3) pelatihan serta pendampingan perhitungan HPP dan penetapan harga jual berbasis margin, serta (4) penataan ulang tempat layanan dan display produk agar lebih representatif dan menarik.

Melalui pendekatan pendampingan yang sistematis dan partisipatif, diharapkan UMKM Kedai Sandar mampu meningkatkan efisiensi produksi, memperluas jangkauan pasar melalui strategi pemasaran yang lebih adaptif, memperbaiki sistem pengelolaan keuangan, serta meningkatkan daya saing usaha secara berkelanjutan. Secara lebih luas, kegiatan ini diharapkan dapat berkontribusi terhadap penguatan ekonomi lokal berbasis komunitas, meningkatkan kesejahteraan pelaku usaha mikro, serta mendukung terwujudnya pertumbuhan ekonomi inklusif di tingkat masyarakat.

METODE

Metode pelaksanaan kegiatan pengabdian kepada masyarakat ini dirancang secara partisipatif dan aplikatif, dengan menempatkan mitra sebagai subjek utama dalam setiap tahapan kegiatan (Hermawan et al., 2025). Pendekatan yang digunakan adalah pendampingan berbasis kebutuhan (need-based mentoring), sehingga setiap intervensi yang diberikan disesuaikan dengan kondisi riil UMKM Kedai Sandar. Secara umum, metode pelaksanaan terdiri atas tiga tahapan utama, yaitu tahap persiapan, tahap pelaksanaan, dan tahap evaluasi.



Gambar 6. Tahapan Metode Pelaksanaan.

Pada tahap persiapan, tim abdimas melakukan survei dan diskusi bersama mitra untuk memperoleh gambaran nyata mengenai kondisi usaha UMKM Kedai Sandar. Observasi dilakukan pada aspek produksi, pengemasan, pemasaran,

manajemen keuangan, serta sarana layanan. Selanjutnya dilakukan identifikasi masalah dan penyusunan rencana solusi yang disesuaikan dengan kebutuhan dan prioritas mitra agar program pendampingan tepat sasaran dan berkelanjutan.

Tahap pelaksanaan mencakup beberapa kegiatan utama. Pertama, pelatihan, pendampingan, dan pengadaan alat produksi guna meningkatkan kapasitas serta efisiensi pembuatan kue pukis. Kedua, pelatihan dan pendampingan packaging serta pemasaran online untuk memperkuat branding dan memperluas jangkauan pasar melalui media sosial dan platform digital. Ketiga, pelatihan penyusunan Harga Pokok Produksi (HPP) dan penetapan harga jual agar mitra mampu mengelola keuangan secara lebih terstruktur dan menentukan harga yang kompetitif. Keempat, pendampingan serta perbaikan fasilitas usaha untuk meningkatkan kelayakan tempat dan kenyamanan konsumen.

Tahap evaluasi dilakukan melalui monitoring terhadap hasil produksi, penerapan packaging dan pemasaran online, kemampuan penyusunan HPP dan harga jual, serta perbaikan fasilitas. Evaluasi keberlanjutan juga dilakukan untuk menilai dampak program dan memastikan mitra mampu mengembangkan usahanya secara mandiri dalam mendukung pertumbuhan ekonomi inklusif.

Pelaksanaan kegiatan dilakukan seperti pada Table 1. berikut ini

Tabel 1. Aktivitas Pelaksanaan Kegiatan

No	Aktivitas Pelaksanaan Kegiatan	Tanggal	Tempat
1.	Persiapan Pelatihan	20 Jan 2026	Umsida
2.	Sosialisasi dan Pelatihan Packaging Produk dan Pemasaran Online	23 Jan 2026	TPQ Al Muhajirin Boro
3.	Sosialisasi, Pelatihan, dan Pendampingan Penyusunan HPP dan Laporan Keuangan, serta Serah Terima Bantuan Peralatan	03 Mar 2026	UMKM Kedai Sandar

HASIL DAN PEMBAHASAN

Kegiatan pertama dilaksanakan pada 23 Januari 2026 di TPQ Al Muhajirin Boro dan dihadiri oleh 12 peserta yang merupakan anggota kelompok UMKM binaan Ranting Aisyiyah Boro. Kegiatan ini turut dihadiri oleh Prof. Dr. Sigit Hermawan, SE., M.Si., CIQaR., CRP selaku Direktur Direktorat Riset dan Pengabdian kepada Masyarakat Universitas Muhammadiyah Sidoarjo. Kehadiran Prof. Sigit memberikan dukungan moral sekaligus menegaskan komitmen perguruan tinggi dalam menjalankan Tri Dharma, khususnya pengabdian kepada masyarakat berbasis pemberdayaan ekonomi lokal. Dalam sambutannya, beliau menekankan pentingnya kolaborasi antara akademisi dan masyarakat dalam menciptakan inovasi usaha berbasis potensi lokal agar UMKM mampu bertahan dan berkembang secara berkelanjutan.



Gambar 7. Sambutan oleh Direktur DRPM Umsida

Pada sesi inti, materi disampaikan oleh Mas Oetarjo, SE., MM., BKP yang menegaskan bahwa pemasaran merupakan kunci keberlanjutan usaha. Beliau menjelaskan bahwa pemasaran tidak hanya berorientasi pada penjualan, tetapi juga pada penciptaan nilai (value creation) dan hubungan jangka panjang dengan pelanggan. Peserta diberikan pemahaman mengenai pentingnya segmentasi pasar, penentuan target konsumen, diferensiasi produk, serta pemanfaatan media digital sebagai sarana promosi.



Gambar 8. Penyampaian Materi oleh Mas Oetarjo, SE., MM., BKP

Dalam konteks UMKM Kedai Sandar, pembahasan ini menjadi relevan karena permasalahan utama yang dihadapi adalah kemasan yang masih sederhana dan pemasaran yang masih konvensional. Melalui kegiatan ini, mitra mulai memahami bahwa kemasan merupakan bagian dari strategi branding yang dapat meningkatkan persepsi kualitas produk. Diskusi interaktif menunjukkan adanya peningkatan kesadaran peserta terhadap pentingnya tampilan visual produk dan promosi melalui media sosial.



Gambar 9. Dokumentasi Kegiatan

Kegiatan kedua dilaksanakan pada 03 Maret 2026 di lokasi UMKM Kedai Sandar. Acara dibuka secara resmi oleh Prof. Dr. Sigit Hermawan, SE., M.Si., CIQaR., CRP yang kembali menegaskan bahwa penguatan kapasitas UMKM harus dilakukan secara komprehensif, khususnya dalam aspek manajerial dan keuangan. Menurut beliau, banyak UMKM memiliki produk yang baik, namun belum didukung oleh pencatatan keuangan yang sistematis dan penentuan harga yang tepat, sehingga berisiko terhadap keberlanjutan usaha.



Gambar 10. Sambutan oleh Direktur DRPM Umsida

Pada sesi materi pertama, Prof. Sigit menyampaikan pelatihan penyusunan Harga Pokok Produksi (HPP) dan laporan keuangan sederhana. Peserta diberikan pemahaman mengenai komponen biaya produksi yang meliputi biaya bahan baku, tenaga kerja langsung, dan biaya overhead. Selain itu, ditekankan pula pentingnya pemisahan keuangan pribadi dan usaha sebagai prinsip dasar manajemen keuangan UMKM (Hermawan & Mulyadi, 2025).

Kegiatan ini tidak hanya bersifat teoritis, tetapi juga aplikatif. Bersama Heni Oktavia selaku pemilik UMKM Kedai Sandar, dilakukan simulasi langsung perhitungan HPP produk pukis sebagai produk unggulan. Selanjutnya disusun laporan laba rugi sederhana berdasarkan data penjualan harian. Hasil praktik menunjukkan bahwa mitra mulai memahami struktur biaya secara lebih rinci dan mampu menentukan harga jual yang lebih rasional dan berbasis margin keuntungan yang jelas. Hal ini menjadi langkah awal menuju pengelolaan usaha yang lebih profesional.



Gambar 11. Penyampaian Materi oleh Prof. Dr. Sigit Hermawan, SE., M.Si., CIQaR., CRP

Materi kedua kembali disampaikan oleh Mas Oetarjo, SE., MM., BKP dengan fokus pada strategi pemasaran lanjutan. Beliau menekankan pentingnya konsistensi branding, kemasan yang menarik, serta pemanfaatan platform digital untuk memperluas jangkauan pasar. Dengan strategi pemasaran yang tepat, UMKM tidak hanya bergantung pada pasar sekitar, tetapi dapat menjangkau konsumen yang lebih luas melalui jejaring komunitas dan media sosial.



Gambar 12. Penyampaian Materi oleh Mas Oetarjo, SE., MM., BKP



Gambar 13. Kemasan Pukis Sebelum (Kiri) dan Sesudah Pelatihan (Kanan)

Sebagai bentuk dukungan nyata terhadap pengembangan usaha, kegiatan Abdimas ditutup dengan serah terima bantuan sarana produksi berupa 1000 pcs box kemasan, loyang cetakan pukis tambahan, serta tenda terpal untuk menunjang fasilitas usaha.

Bantuan tersebut memberikan dampak langsung terhadap peningkatan kapasitas produksi dan kualitas tampilan produk. Tambahan loyang cetakan memungkinkan peningkatan volume produksi dalam waktu yang lebih efisien. Penyediaan box kemasan mendukung perbaikan packaging sehingga produk terlihat lebih profesional dan higienis. Sementara itu, tenda terpal membantu meningkatkan kenyamanan area layanan, sehingga mendukung pengalaman konsumen yang lebih baik.



Gambar 14. Serah Terima Bantuan

Secara keseluruhan, hasil kegiatan menunjukkan adanya peningkatan pemahaman dan kapasitas mitra dalam tiga aspek utama, yaitu produksi, pemasaran, dan manajemen keuangan. Dari sisi produksi, kapasitas meningkat seiring dengan penambahan alat. Dari sisi pemasaran, mitra mulai menerapkan kemasan yang lebih menarik dan membuka peluang pemasaran digital. Dari sisi keuangan, mitra telah mampu menghitung HPP dan menyusun laporan laba rugi sederhana sebagai dasar pengambilan keputusan usaha.



Gambar 15. Dokumentasi Kegiatan

Kegiatan ini menunjukkan bahwa pendampingan yang terintegrasi dan berbasis kebutuhan pelaku usaha mampu menjadi instrumen yang efektif dalam meningkatkan kapasitas dan kinerja UMKM. Pendampingan yang dilakukan tidak hanya berfokus pada penyelesaian masalah teknis yang bersifat jangka pendek, seperti pengelolaan operasional usaha, pencatatan keuangan sederhana, maupun strategi pemasaran, tetapi juga diarahkan pada penguatan aspek manajerial dan pengambilan keputusan bisnis yang lebih sistematis (Dewi Komala Sari et al., 2025). Melalui pendekatan ini, pelaku UMKM memperoleh pemahaman yang lebih baik mengenai perencanaan usaha, pengelolaan sumber daya, serta strategi pengembangan bisnis yang adaptif terhadap dinamika pasar.

Selain itu, proses pendampingan yang dilakukan secara partisipatif sehingga pelaku usaha untuk terlibat aktif dalam mengidentifikasi permasalahan yang dihadapi serta merumuskan solusi yang paling sesuai dengan kondisi usaha mereka. Hal ini menjadi penting karena setiap UMKM memiliki karakteristik, tantangan, dan potensi yang berbeda. Dengan demikian, model pendampingan yang berbasis kebutuhan (*need-based assistance*) mampu menghasilkan intervensi yang lebih tepat sasaran dan berdampak nyata terhadap peningkatan kapasitas usaha (Supardi et al., 2023).

Program pendampingan ini juga memberikan kontribusi dalam meningkatkan literasi manajerial dan kewirausahaan bagi pelaku UMKM. Peningkatan literasi tersebut tercermin dari kemampuan pelaku usaha dalam menyusun perencanaan usaha yang lebih terstruktur, melakukan pencatatan keuangan secara lebih tertib, serta memahami pentingnya inovasi produk dan strategi pemasaran dalam meningkatkan daya saing. Dengan adanya peningkatan kapasitas tersebut, pelaku UMKM diharapkan mampu mengelola usahanya secara lebih profesional dan berkelanjutan.

Kegiatan pendampingan ini tidak hanya berdampak pada peningkatan kinerja usaha secara individual, tetapi juga memiliki implikasi yang lebih luas terhadap penguatan ekonomi komunitas. UMKM yang berkembang secara berkelanjutan berpotensi menciptakan lapangan kerja baru, meningkatkan pendapatan masyarakat, serta mendorong aktivitas ekonomi lokal. Dalam konteks ini, program pendampingan UMKM dapat dipandang sebagai salah satu strategi pemberdayaan ekonomi masyarakat yang berorientasi pada pembangunan ekonomi inklusif.

Dengan demikian, kegiatan pendampingan yang dilaksanakan tidak hanya berperan sebagai solusi atas permasalahan operasional yang dihadapi pelaku UMKM, tetapi juga menjadi upaya strategis dalam membangun fondasi kapasitas manajerial yang kuat. Fondasi ini sangat penting untuk mendukung pertumbuhan usaha dalam jangka panjang, meningkatkan daya saing UMKM di tengah persaingan pasar yang semakin dinamis, serta memperkuat kontribusi UMKM terhadap pembangunan ekonomi yang lebih inklusif dan berkelanjutan di tingkat komunitas.

KESIMPULAN

Kegiatan pengabdian kepada masyarakat yang dilaksanakan pada UMKM Kedai Sandar di Perum Mutiara Citra Asri Blok O5 No. 9 Boro, Tanggulangin, Sidoarjo, telah berjalan dengan baik dan memberikan dampak positif terhadap peningkatan kapasitas usaha mitra. Program pendampingan yang difokuskan pada aspek produksi, pemasaran, manajemen keuangan, dan perbaikan fasilitas terbukti mampu menjawab permasalahan utama yang sebelumnya dihadapi oleh pelaku usaha.

Melalui pengadaan tambahan alat produksi, kapasitas dan efisiensi pembuatan kue pukis meningkat sehingga potensi kehilangan penjualan dapat diminimalkan. Perbaikan kemasan dan penguatan strategi pemasaran, termasuk pemanfaatan media digital, mendorong peningkatan daya tarik produk serta membuka peluang perluasan pasar. Selain itu, pelatihan penyusunan Harga Pokok Produksi (HPP) dan laporan keuangan sederhana meningkatkan pemahaman mitra dalam mengelola keuangan usaha secara lebih terstruktur, rasional, dan berorientasi pada keberlanjutan.

Dukungan perbaikan fasilitas usaha turut meningkatkan kenyamanan konsumen serta citra profesional Kedai Sandar. Secara keseluruhan, kegiatan ini tidak hanya memberikan solusi jangka pendek terhadap permasalahan teknis, tetapi juga memperkuat kapasitas manajerial dan kemandirian usaha. Dengan demikian, program ini berkontribusi dalam mendorong optimalisasi kinerja UMKM serta mendukung pertumbuhan ekonomi inklusif di tingkat lokal.

UCAPAN TERIMA KASIH

Terimakasih kepada seluruh pihak yang terlibat dalam kegiatan pengabdian ini.

REFERENSI

- Chairani, N., Zasmin, N., Raisuli, R., & Rosidi, A. R. (2025). Peran sektor UMKM dalam menekan inflasi dan menyerap tenaga kerja di Surabaya. *SAMMAJIVA: Jurnal Penelitian Bisnis dan Manajemen*, 3(1), 57–66. <https://doi.org/10.47861/sammajiva.v3i1.1651>
- Direktorat Riset dan Pengabdian Masyarakat Universitas Muhammadiyah Sidoarjo. (2025, January 22). *Tim Abdimas Umsida dampingi perhitungan HPP UMKM telur asin*. <https://drpm.umsida.ac.id/tim-abdimas-umsida-dampingi-perhitungan-hpp-umkm-telur-asin/>
- Hermawan, S., Mulyadi, M., Ulhaq, S. V., & Arista, S. W. (2025). Penguatan UMKM telur asin “AYU” Sidoarjo melalui inovasi teknologi tepat guna dan analisis keuangan. *Sinar Sang Surya: Jurnal Pusat Pengabdian kepada Masyarakat*, 9(2), 297–306. <https://ojs.umm metro.ac.id/index.php/sinarsangsurya/article/view/4514>
- Libraeni, L. G. B., Desmayani, N. M. M. R., Waas, D. V., Willdahlia, A. G., Mahendra, G. S., Wardani, N. W., & Nugraha, P. G. S. C. (2022). Pelatihan penentuan harga pokok penjualan pada Toko Kue Dapur Friska. *JURPIKAT: Jurnal Pengabdian kepada Masyarakat*, 3(2), 255–265. <https://doi.org/10.37339/jurpikat.v3i2.973>
- Rachmawati, A. W., & Hermawan, S. (2024). *The influence of profitability, environmental performance and company size on corporate social responsibility disclosure as SDGs implementation* No. 13 [Preprint]. UMSIDA Preprints Server. <https://doi.org/10.21070/ups.6557>
- Rahmadani, R. D., & Subroto, W. T. (2022). Analisis strategi pengembangan UMKM Kabupaten Sidoarjo di masa pandemi COVID-19. *Jurnal Pendidikan Administrasi Perkantoran*, 10(2), 167–181. <https://doi.org/10.26740/jpap.v10n2.p167-181>
- Sari, D. K., Hermawan, S., Lestari, I. D., Arista, S. W., & Sufiyanti, N. N. (2025). Abdimas untuk menggerakkan Ranting Muhammadiyah dan Aisiyyah Desa Boro melalui pelatihan bisnis kekinian untuk pencapaian SDGs No. 8. *DedikasiMU: Journal of Community Service*, 7(2), 131–138. <https://doi.org/10.30587/dedikasimu.v7i2.9919>
- Singagerda, F. S., & Asmaria, A. (2023). Peran zakat dan pembiayaan syariah bagi UMKM dalam mewujudkan Sustainable Development Goals (SDGs). *Jurnal Ilmiah Ekonomi Islam*, 9(1), 535–539. <https://doi.org/10.29040/jiei.v9i1.8166>
- Supardi, S., Sriyono, S., & Hermawan, S. (2023). Pendampingan strategi UMKM di era digital melalui pencatatan keuangan, penghitungan harga pokok produksi, dan manajemen pemasaran untuk dapat naik kelas. *PengabdianMu: Jurnal Ilmiah Pengabdian kepada Masyarakat*, 8(6), 968–979. <https://doi.org/10.33084/pengabdianmu.v8i6.5510>
- Trimulato, T., Syamsu, N., & Octaviany, M. (2021). Sustainable Development Goals (SDGs) melalui pembiayaan produktif UMKM di bank syariah. *Islamic Review: Jurnal Riset dan Kajian Keislaman*, 10(1), 19–38. <https://doi.org/10.35878/islamicreview.v10i1.269>
- Yojana, R. M., Surjasa, D., Ningsih, Y. K., Sugiarto, D., & Daihani, D. U. (2023). Peran UMKM dalam penerapan SDGs (Sustainable Development Goals) di Yayasan Bina Umat Kelapa Dua. *Abdimas Universal*, 5(2), 218–225. <https://doi.org/10.36277/abdimasuniversal.v5i2.309>