

# Transformasi Usaha Umkm Nuknakdonut: Pendampingan Kelayakan Usaha, Pencatatan Keuangan dan Media Pemasaran untuk Mendorong Perkembangan UMKM

M.Ikhsan Nur Rozak \*<sup>1</sup>  
Gitara Dhea Pramudita <sup>2</sup>  
Muhammad Doni Saputra <sup>3</sup>  
Irfan Zhahir <sup>4</sup>  
Resha Moniyana Putri <sup>5</sup>  
Neli Aida <sup>6</sup>

<sup>1,2,3,4,5,6</sup> Universitas Lampung

\*e-mail: [ikhsannurrozak18693@gmail.com](mailto:ikhsannurrozak18693@gmail.com)<sup>1</sup>, [pramuditagitara90@gmail.com](mailto:pramuditagitara90@gmail.com)<sup>2</sup>,  
[muhammaddoni0603@gmail.com](mailto:muhammaddoni0603@gmail.com)<sup>3</sup>, [irfanzhair3@gmail.com](mailto:irfanzhair3@gmail.com)<sup>4</sup>, [resha.moniyana@feb.ac.id](mailto:resha.moniyana@feb.ac.id)<sup>5</sup>,  
[neliaida442@gmail.com](mailto:neliaida442@gmail.com)<sup>6</sup>

## Abstrak

Kegiatan pengabdian kepada masyarakat ini bertujuan untuk meningkatkan kapasitas usaha UMKM Nuknak Donuts di Bandar Lampung melalui pendampingan dalam aspek keuangan, produksi, dan pemasaran. UMKM ini menghadapi berbagai tantangan seperti pencatatan keuangan yang belum terstruktur, kapasitas produksi yang terbatas, serta strategi pemasaran yang masih sederhana dan belum menjangkau pasar yang luas. Melalui metode pelatihan interaktif, konsultasi personal, dan diskusi kelompok, pelaku usaha diberikan pemahaman serta keterampilan praktis untuk mengelola usaha secara lebih profesional. Hasil kegiatan menunjukkan adanya peningkatan kemampuan dalam pencatatan keuangan, pemanfaatan media sosial secara lebih optimal, serta perencanaan untuk menghadirkan produk ready stock dan memperluas distribusi. Kegiatan ini tidak hanya memberikan solusi terhadap masalah yang ada, tetapi juga menjadi model pemberdayaan UMKM yang berbasis kolaborasi antara akademisi dan pelaku usaha lokal. Diharapkan pendekatan ini dapat direplikasi dalam upaya penguatan UMKM di sektor lainnya.

**Kata kunci:** pemberdayaan masyarakat, literasi digital, pencatatan keuangan, pemasaran digital, UMKM

## Abstract

This community service program aims to enhance the business capacity of the Nuknak Donuts micro-enterprise in Bandar Lampung by providing assistance in the areas of financial management, production, and marketing. The business faces several challenges, including the absence of structured financial records, limited production capacity, and basic marketing strategies with minimal market reach. Through interactive workshops, personalized consultations, and focus group discussions, the business owner was equipped with practical knowledge and skills to manage the enterprise more professionally. The outcomes of this program indicate improvements in financial literacy, the use of social media for promotion, as well as plans to introduce ready-stock products and expand distribution channels. This initiative not only offers solutions to existing problems but also serves as a replicable model for empowering other micro-enterprises through collaborative efforts between academia and local entrepreneurs.

**Keywords:** community empowerment, digital literacy, financial management, digital marketing, MSMEs

## PENDAHULUAN

Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah (UMKM) merupakan sektor ekonomi yang memiliki peran strategis dalam pembangunan ekonomi nasional Indonesia, tidak hanya sebagai kontributor utama terhadap Produk Domestik Bruto (PDB) tetapi juga sebagai tulang punggung penyerapan tenaga kerja di berbagai daerah. Peran UMKM ini telah banyak diulas dalam berbagai studi, seperti oleh Damayanti et al. (2024) yang menegaskan kontribusi UMKM dalam memperkuat struktur ekonomi lokal melalui inovasi berbasis komunitas (hlm. 1-2). Dalam konteks pemberdayaan ekonomi masyarakat, UMKM sektor kuliner khususnya produk makanan ringan seperti donat telah menunjukkan potensi yang sangat menjanjikan untuk dikembangkan sebagai sumber penghasilan yang berkelanjutan bagi masyarakat, terutama di era modern dimana

konsumen semakin mengapresiasi produk lokal yang inovatif dan berkualitas (Permatasari & Choiriyah, 2024, hlm. 78–85).

Nuknak Donuts sebagai UMKM rumahan yang didirikan pada tahun 2019 di Bandar Lampung merepresentasikan potret nyata dari usaha mikro yang memiliki karakteristik unik dan potensi pengembangan yang signifikan. Keunikan produk yang ditawarkan berupa donat dengan varian rasa gurih yang jarang ditemukan di pasaran menunjukkan adanya inovasi dan kreativitas pelaku usaha lokal yang perlu mendapat dukungan dan pendampingan untuk dapat berkembang lebih optimal. Studi oleh Toni et al. (2024) menunjukkan bahwa diferensiasi produk berbasis inovasi menjadi salah satu strategi kunci dalam meningkatkan daya saing UMKM di sektor pangan (hlm. 1–2). Namun, seperti halnya UMKM lainnya, Nuknak Donuts menghadapi berbagai tantangan dalam hal manajemen usaha, pemasaran, teknologi produksi, dan akses terhadap pasar yang lebih luas (Suhardi et al., 2024, hlm. 1–2).

Pentingnya program pengabdian kepada masyarakat dalam konteks pemberdayaan UMKM tidak dapat diabaikan, mengingat banyaknya pelaku usaha mikro yang memiliki potensi besar namun terkendala oleh keterbatasan pengetahuan, keterampilan, dan akses terhadap informasi yang relevan untuk pengembangan usaha. Hal ini sejalan dengan temuan Juliandra et al. (2024) yang menyatakan bahwa literasi digital dan pelatihan berkelanjutan merupakan komponen penting dalam mendukung transformasi bisnis skala mikro (hlm. 5249–5253). Program pendampingan yang komprehensif dapat menjadi katalis dalam transformasi UMKM dari skala rumahan menjadi usaha yang lebih profesional dan berkelanjutan, melalui transfer pengetahuan, pelatihan keterampilan, dan implementasi strategi bisnis yang tepat (Damayanti et al., 2024, hlm. 1–2).

Kegiatan pengabdian kepada masyarakat ini dirancang untuk memberikan solusi praktis terhadap permasalahan yang dihadapi oleh Nuknak Donuts melalui pendekatan holistik yang mencakup aspek manajemen usaha, pemasaran digital, optimalisasi produksi, pengembangan produk, dan penguatan jaringan bisnis. Melalui kolaborasi antara akademisi dan pelaku usaha, diharapkan dapat tercipta sinergi yang menghasilkan dampak positif tidak hanya bagi kemajuan usaha Nuknak Donuts tetapi juga sebagai model pemberdayaan yang dapat direplikasi untuk UMKM sejenis di daerah lain (Permatasari & Choiriyah, 2024, hlm. 78–85).

Program pengabdian ini bertujuan untuk memberikan kontribusi nyata dalam pemberdayaan ekonomi masyarakat melalui pengembangan UMKM sektor kuliner, sekaligus memperkuat peran perguruan tinggi dalam mendukung pertumbuhan ekonomi daerah. Dengan pendekatan yang partisipatif dan berkelanjutan, kegiatan ini diharapkan dapat menjadi *best practice* dalam program pengabdian kepada masyarakat yang berorientasi pada pemberdayaan ekonomi dan pengembangan kewirausahaan di tingkat *grassroots*, serta memberikan dampak *multiplier effect* bagi pengembangan UMKM di wilayah Bandar Lampung dan sekitarnya (Toni et al., 2024, hlm. 1–2).

#### **KHALAYAK SASARAN**

Khalayak sasaran ini dipilih berdasarkan analisis keberhasilan UMKM Nuknak Donuts

#### **PERMASALAHAN**

##### **1. Aspek Keuangan dan Administrasi**

Masalah Utama:

- a) Sistem pencatatan keuangan belum formal dan teratur
- b) Tidak ada laporan keuangan yang sistematis
- c) Belum ada pemisahan antara keuangan pribadi dan bisnis

##### **2. Aspek Produksi dan Teknologi**

Masalah Utama:

- a) Lokasi produksi masih di rumah tinggal - tidak ada lokasi khusus
- b) Kapasitas produksi terbatas sesuai pesanan saja

##### **3. Aspek Pemasaran dan Distribusi**

Masalah Utama:

- a) Belum memiliki outlet fisik atau lokasi strategis
- b) Promosi masih sederhana melalui WhatsApp dan Instagram

- c) Jangkauan pasar terbatas pada lingkup digital
- d) Sistem penjualan hanya pre-order - tidak ada stok ready

### **MANFAAT PENELITIAN**

Penelitian yang dilakukan terhadap UMKM dengan fokus pada aspek keuangan, produksi, dan pemasaran ini memberikan berbagai manfaat yang bersifat teoritis dan praktis, baik bagi pelaku usaha maupun pemangku kepentingan lainnya.

#### **1. Aspek Keuangan dan Administrasi:**

- a) Membantu pelaku usaha memahami urgensi sistem pencatatan keuangan yang formal dan teratur untuk memantau kinerja usaha secara lebih akurat.
- b) Memberikan rekomendasi aplikasi "catatan keuangan" sebagai alat bantu pencatatan keuangan secara digital dan juga memberikan sosialisasi pencatatan secara manual.

#### **2. Aspek Produksi dan Teknologi:**

Memberikan insight bagi pelaku usaha mengenai pentingnya pemetaan kapasitas produksi dan rencana pengembangan lokasi produksi agar lebih efisien dan siap menghadapi pertumbuhan permintaan.

#### **3. Aspek Pemasaran dan Distribusi:**

- a) Mendorong pelaku usaha untuk mempertimbangkan pembukaan outlet fisik di depan rumahnya atau berpartisipasi di pasar dadakan yang ada di lingkungan sekitar setiap hari jumat pagi yang tidak aktif di media sosial.
- b) Menyusun strategi penjualan yang tidak hanya berbasis pre-order, tetapi juga memungkinkan penjualan ready stock agar dapat menjawab permintaan spontan dari konsumen.

Membantu membuat pamflet yang menarik dan mudah di pahami pembeli untuk membantu promosi

### **METODE**

Agar pemahaman peserta terkait literasi digital dapat diterapkan secara nyata dalam praktik bisnis UMKM, pendekatan pengabdian kepada masyarakat akan dilakukan melalui kombinasi metode edukatif dan aplikatif. Pendekatan ini sejalan dengan penelitian Damayanti et al. (2024) yang menekankan efektivitas metode berbasis praktik dalam meningkatkan literasi keuangan pelaku UMKM melalui intervensi digital (hlm. 1-2). Tim pengabdian merancang metode-metode berikut untuk mencapai tujuan tersebut secara efektif:

#### **1. Pelatihan (Workshop)**

Pelatihan akan difokuskan pada aspek-aspek literasi digital yang relevan dengan kebutuhan UMKM, meliputi penggunaan perangkat lunak keuangan sederhana. Kami merekomendasikan aplikasi "catatan keuangan." Pelatihan akan dilaksanakan secara interaktif dengan pendekatan praktik langsung (*hands-on training*) agar pelaku usaha dapat segera menerapkannya pada operasional bisnis mereka sehari-hari. Studi oleh Juliandra et al. (2024) menunjukkan bahwa pelatihan yang menekankan simulasi langsung lebih berhasil dalam mengubah kebiasaan digital UMKM daripada pendekatan teoritis semata (hlm. 5249-5253).

#### **2. Mentoring dan Konsultasi Personal**

Kegiatan ini dirancang untuk memberikan pendampingan langsung kepada pelaku usaha dalam menyusun dan menerapkan strategi digital yang sesuai dengan karakter usaha mereka. Pelaku UMKM akan difasilitasi untuk berkonsultasi secara langsung mengenai permasalahan bisnis yang dihadapi, mulai dari pencatatan keuangan digital, pemilihan platform pemasaran, membantu membuat pamflet yang menarik hingga optimalisasi konten media sosial. Mahasiswa akan memantau perkembangan penerapan strategi digital. Permodelan ini mencerminkan pendekatan kolaboratif sebagaimana disarankan oleh Suhardi et al. (2024), di mana peran mentor dan akademisi menjadi instrumen penting dalam adaptasi digital UMKM di daerah (hlm. 1-2).

#### **3. Diskusi Kelompok Terarah (FGD)**

Sebagai ruang refleksi dan tukar gagasan, diskusi kelompok terarah (*Focus Group Discussion*) akan dilaksanakan dengan melibatkan pelaku UMKM dan kelompok Mahasiswa yang

mendampingi untuk mengidentifikasi kendala dan solusi penerapan literasi digital dalam UMKM. Permatasari dan Choiriyah (2024) menekankan bahwa FGD merupakan metode yang efektif dalam menggali preferensi pelaku usaha terhadap inovasi digital serta mendorong komitmen kolektif dalam pengambilan keputusan strategi bisnis (hlm. 78-85).

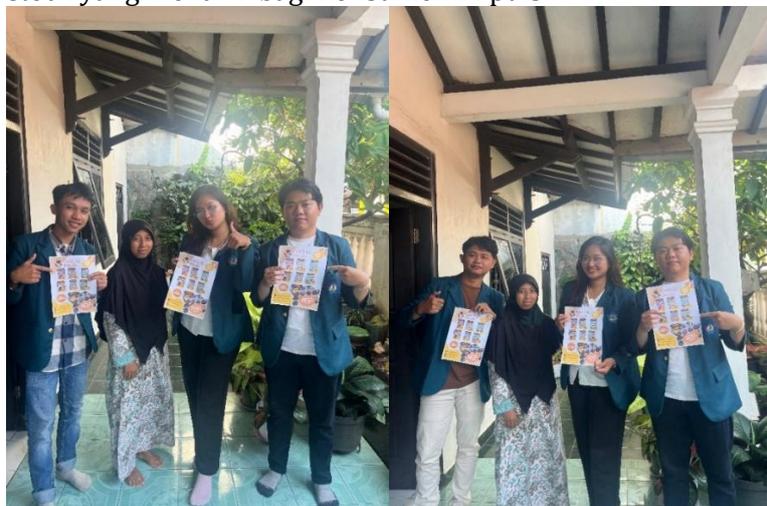
### HASIL DAN PEMBAHASAN

Pelaksanaan kegiatan pengabdian kepada masyarakat yang ditujukan pada UMKM Nuknak Donuts memberikan hasil yang cukup signifikan dalam membantu pelaku usaha memahami dan mengatasi tantangan utama yang mereka hadapi. Berdasarkan identifikasi masalah yang dilakukan sebelumnya, program ini menyoroti tiga aspek krusial, yaitu keuangan dan administrasi, produksi dan teknologi, serta pemasaran dan distribusi. Hasil kegiatan menunjukkan bahwa pelatihan dan pendampingan intensif berhasil meningkatkan kesadaran pelaku usaha terhadap pentingnya sistem pencatatan keuangan yang formal dan teratur. Sebelumnya, seluruh transaksi usaha tercampur dengan keuangan pribadi, tanpa adanya laporan keuangan yang sistematis. Melalui pelatihan penggunaan aplikasi pencatatan digital dan buku manual sederhana, pelaku usaha mulai membedakan arus kas pribadi dan usaha, serta memahami dasar-dasar laporan laba rugi dan pengelolaan modal kerja.



Gambar 1. Diskusi kelompok terarah (FDG)

Dari aspek produksi dan teknologi, ditemukan bahwa keterbatasan kapasitas produksi yang hanya berdasarkan sistem pre-order serta lokasi produksi yang masih menyatu dengan rumah tangga menjadi kendala dalam pengembangan usaha. Hasil diskusi dan konsultasi menghasilkan rencana jangka pendek untuk menata ulang ruang produksi secara lebih efisien serta strategi jangka menengah berupa peningkatan alat produksi agar mampu melayani permintaan lebih besar. Pelaku usaha juga mulai mempertimbangkan pemanfaatan waktu produksi lebih terencana agar dapat menyimpan stok produk dalam jumlah terbatas sebagai penawaran *ready stock* yang menarik bagi konsumen impulsif.



Gambar 2. Mentoring dan konsultasi personal

Dalam aspek pemasaran dan distribusi, pelaku usaha pada awalnya hanya mengandalkan promosi sederhana melalui WhatsApp dan Instagram tanpa strategi konten yang konsisten. Tidak adanya outlet fisik maupun partisipasi dalam pasar lokal membatasi jangkauan konsumen. Hasil pengabdian menunjukkan adanya peningkatan pemahaman tentang pentingnya perluasan akses pasar, baik secara fisik maupun digital. Salah satu tindak lanjut nyata adalah pembuatan pamflet promosi yang menarik, serta dorongan untuk ikut serta dalam pasar dadakan lokal setiap Jumat pagi. Strategi ini diharapkan tidak hanya memperluas jangkauan konsumen, tetapi juga memperkuat branding usaha di komunitas sekitar.

Secara keseluruhan, kegiatan ini memberikan dampak positif terhadap transformasi UMKM dari usaha rumahan yang bersifat informal menuju usaha mikro yang lebih profesional. Kombinasi metode pelatihan, konsultasi personal, dan diskusi kelompok memberikan ruang belajar yang komprehensif dan aplikatif bagi pelaku usaha. Pendekatan partisipatif yang digunakan dalam kegiatan ini juga memperkuat hubungan antara akademisi dan masyarakat, serta menciptakan model pemberdayaan UMKM yang dapat direplikasi untuk sektor dan wilayah lain.

## KESIMPULAN

Kegiatan pengabdian kepada masyarakat yang dilakukan Mahasiswa terhadap UMKM *Nuknak Donuts* berhasil memberikan kontribusi nyata dalam upaya pemberdayaan usaha mikro di sektor kuliner, khususnya dalam menghadapi tantangan pada aspek keuangan, produksi, dan pemasaran. Melalui pendekatan partisipatif yang mencakup pelatihan, mentoring, dan diskusi kelompok, pelaku usaha memperoleh pemahaman yang lebih baik mengenai pentingnya pencatatan keuangan yang teratur, pengelolaan produksi yang lebih efisien, serta strategi pemasaran yang tepat sasaran. Implementasi alat bantu seperti aplikasi pencatatan keuangan, desain pamflet promosi, serta perencanaan untuk menghadirkan produk *ready stock* menunjukkan adanya perubahan positif dalam praktik bisnis sehari-hari. Selain itu, keterlibatan aktif pelaku usaha dalam diskusi dan proses konsultasi mencerminkan semangat belajar yang tinggi dan kesiapan untuk berkembang lebih profesional. Secara keseluruhan, kegiatan ini tidak hanya memberikan solusi praktis bagi *Nuknak Donuts*, tetapi juga menjadi contoh model pemberdayaan UMKM yang dapat direplikasi dalam konteks usaha mikro lainnya di berbagai daerah.

## DAFTAR PUSTAKA

- Damayanti, D., Roni, M., Destalia, M., & Subagja, G. (2024). Pengaruh literasi keuangan dan digital marketing terhadap kinerja UMKM yang dimediasi oleh financial technology. *Bulletin of Community Engagement*, 4(1), 1-2.
- Juliandra, G., Gunawan, M. I., Tanjung, N., Fajar, M., & Nofirda, F. A. (2024). Analisis digital marketing untuk meningkatkan penjualan UMKM Pekanbaru. *Jurnal Pendidikan Tambusai*, 8(1), 5249-5253.
- Permatasari, P. A., & Choiriyah, S. H. (2024). Penerapan strategi digital marketing pada usaha mikro kecil menengah (UMKM) Ngaboci. *Jurnal Ekonomi Bisnis Dan Kewirausahaan*, 13(2), 78-85.
- Suhardi, D., Watulandi, M., & Hadi Gunawan, W. (2024). Pengaruh fintech, digital marketing dan financial inclusion terhadap pertumbuhan bisnis UMKM di Kabupaten Kuningan Jawa Barat. *Jurnal MARKET: Pemasaran Dan Kewirausahaan*, 1(1), 1-2.
- Toni, N., Goh, T. S., Nyoto, N., & Hong, R. (2024). Role of digital marketing and digital transformation in the SME's financial performance. *Jurnal Manajemen Industri Dan Logistik*, 8(1), 1-2.