

Pengembangan UMKM Keripik Jasa Bunda melalui Proyek Konsultasi KKN: Pembukuan, Promosi Digital, Kemasan, dan Stabilisasi Pasokan

Viska Putria Ananda, Neng Sulistiani*, Tiara Ramanda Koharudin Nur, Tina Apriliani,
Anggi Khoirul Aqila, Dimas Arya Firmansyah
Universitas Cipasung Tasikmalaya, Indonesia

Corresponding Author: nengsulistiani30@gmail.com

Dikirim: 29-06-2026; Direvisi: 13-07-2026; Diterima: 15-07-2026

Abstrak: UMKM memiliki peran penting dalam mendorong pertumbuhan ekonomi daerah, namun masih banyak pelaku usaha yang menghadapi kendala dalam pengelolaan keuangan, pemasaran digital, kualitas kemasan, dan keberlanjutan pasokan bahan baku. Proyek Konsultasi Kuliah Kerja Nyata (KKN) Universitas Cipasung dilaksanakan selama satu semester pada tahun 2026. Subjek kegiatan adalah UMKM Keripik Jasa Bunda milik Ibu Iyus Rosita di Kampung Sukatengah, Desa Sukamulya, Kecamatan Singaparna, Kabupaten Tasikmalaya. Program ini bertujuan mengembangkan usaha melalui penguatan pembukuan, promosi digital, pengembangan kemasan produk, dan stabilisasi pasokan bahan baku. Meskipun telah beroperasi selama kurang lebih sembilan belas tahun, UMKM ini masih menghadapi berbagai kendala, yaitu belum memiliki sistem pembukuan yang terstruktur, rendahnya literasi keuangan, terbatasnya pemanfaatan media digital untuk promosi, kemasan produk yang perlu ditingkatkan, serta ketidakstabilan pasokan bahan baku. Program dilaksanakan menggunakan Pendekatan Konsultatif (*Consultative Approach*) melalui observasi lapangan, wawancara, *Focus Group Discussion* (FGD), identifikasi permasalahan, perancangan solusi, implementasi, pendampingan, dan evaluasi bersama mitra. Pelaksanaan program menunjukkan bahwa mitra memperoleh pendampingan penggunaan buku pembukuan manual sederhana, pembuatan akun Instagram beserta konten promosi digital, pengembangan desain kemasan untuk meningkatkan nilai jual produk, serta pencarian pemasok alternatif sebagai upaya mengurangi risiko kekurangan bahan baku. Selain itu, kegiatan promosi di lingkungan kampus turut membantu memperluas jangkauan pemasaran produk. Secara keseluruhan, proyek konsultasi ini meningkatkan kapasitas pengelolaan UMKM yang lebih terstruktur dan adaptif sehingga dapat mendukung keberlanjutan serta daya saing usaha. Berdasarkan hasil kegiatan ini, penelitian selanjutnya disarankan untuk mengevaluasi efektivitas model pendampingan konsultatif dalam jangka panjang dengan melibatkan lebih banyak UMKM dari berbagai sektor usaha. Selain itu, penelitian dapat mengkaji pengaruh digitalisasi pemasaran, pembukuan berbasis aplikasi, dan inovasi kemasan terhadap peningkatan omzet, keuntungan usaha, dan keberlanjutan UMKM.

Kata Kunci: Proyek Konsultasi KKN; UMKM; pembukuan; promosi digital; kemasan; stabilisasi pasokan; manajemen keuangan.

Abstract: MSMEs play a vital role in driving regional economic growth, yet many business owners face challenges in financial management, digital marketing, packaging quality, and the sustainability of raw material supplies. The Cipasung University Community Service Consultation Project will be implemented for one semester in 2026. The subject of the activity is the Jasa Bunda Chips MSME owned by Mrs. Iyus Rosita in Sukatengah Hamlet, Sukamulya Village, Singaparna District, Tasikmalaya Regency. This program aims to develop the business through strengthening bookkeeping, digital promotion, product packaging development, and stabilizing raw material supplies. Despite having been operating for approximately nineteen years, this MSME still faces various challenges,

including the lack of a structured bookkeeping system, low financial literacy, limited use of digital media for promotion, product packaging that needs to be improved, and unstable raw material supplies. The program is implemented using a Consultative Approach through field observations, interviews, Focus Group Discussions (FGDs), problem identification, solution design, implementation, mentoring, and evaluation with partners. Program implementation demonstrated that partners received assistance in the use of simple manual bookkeeping, the creation of Instagram accounts with digital promotional content, the development of packaging designs to increase product sales value, and the search for alternative suppliers to mitigate the risk of raw material shortages. Furthermore, promotional activities within the campus environment helped expand the product's marketing reach. Overall, this consulting project improved the capacity of MSME management to be more structured and adaptive, thus supporting business sustainability and competitiveness. Based on the results of this activity, further research is recommended to evaluate the effectiveness of the consultative mentoring model in the long term by involving more MSMEs from various business sectors. Furthermore, research could examine the impact of marketing digitalization, application-based bookkeeping, and packaging innovation on increasing turnover, business profits, and MSME sustainability.

Keywords: Community Service Project; SMEs; bookkeeping; digital marketing; packaging; supply stabilization; financial management.

PENDAHULUAN

Kuliah Kerja Nyata (KKN) merupakan salah satu bentuk implementasi Tri Dharma Perguruan Tinggi yang mengintegrasikan kegiatan pendidikan, penelitian, dan pengabdian kepada masyarakat (Muniarty et al., 2021). Melalui program ini, mahasiswa tidak hanya memperoleh pengalaman belajar di lapangan, tetapi juga berkesempatan menerapkan ilmu pengetahuan dan keterampilan yang dimiliki untuk mengidentifikasi permasalahan, menyusun solusi, serta memberikan pendampingan kepada mitra atau masyarakat sesuai dengan kebutuhan yang dihadapi (Cahyani et al., 2024). Salah satu bentuk pelaksanaan KKN yang diterapkan oleh Universitas Cipasung adalah melalui skema Proyek Konsultasi, yaitu model pengabdian yang menempatkan mahasiswa sebagai pendamping sekaligus konsultan bagi mitra dalam mengidentifikasi permasalahan, menyusun alternatif solusi, serta mendampingi proses implementasinya.

KKN melalui Proyek Konsultasi Universitas Cipasung Tasikmalaya tahun 2026 dilaksanakan di salah satu UMKM di Kampung Sukatengah, Desa Sukamulya, Kecamatan Singaparna, Kabupaten Tasikmalaya, yaitu UMKM Keripik Jasa Bunda. UMKM ini memiliki potensi ekonomi cukup besar untuk berkembang. Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah (UMKM) merupakan salah satu pilar perekonomian Indonesia yang memiliki peran strategis dalam menciptakan lapangan kerja dan meningkatkan kesejahteraan masyarakat (Saputri et al., 2024). Selanjutnya, UMKM dipahami sebagai sektor ekonomi yang memiliki karakteristik berupa skala usaha relatif kecil, keterbatasan modal dan tenaga kerja, namun memiliki kemampuan beradaptasi yang tinggi terhadap perubahan kondisi ekonomi (Ramadhan et al., 2025). Keberadaan UMKM juga memegang peranan penting dalam mendorong pertumbuhan ekonomi nasional melalui penciptaan lapangan kerja, peningkatan pendapatan masyarakat, dan pemerataan pembangunan ekonomi di berbagai daerah (Suryadi, 2023). Meskipun memiliki peran strategis dalam perekonomian nasional, berbagai pelaku Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah (UMKM) masih menghadapi sejumlah kendala yang



dapat menghambat perkembangan usahanya. Permasalahan tersebut umumnya berkaitan dengan pengelolaan keuangan yang belum tertata, keterbatasan pemanfaatan teknologi digital, rendahnya inovasi produk, serta lemahnya pengelolaan rantai pasok usaha (Mu'as, 2024). Pengelolaan keuangan yang tidak didukung oleh sistem pembukuan yang memadai menyebabkan pelaku usaha mengalami kesulitan dalam memantau kondisi keuangan, menghitung keuntungan usaha, dan mengambil keputusan bisnis secara tepat (Wahidah et al., 2025). Di sisi lain, perkembangan teknologi informasi menuntut pelaku UMKM untuk mampu beradaptasi dengan pemasaran digital guna memperluas jangkauan pasar dan meningkatkan daya saing produk (Sukartaatmadja et al., 2023). Pemanfaatan media sosial sebagai sarana promosi terbukti mampu meningkatkan visibilitas produk serta membuka peluang pasar yang lebih luas dengan biaya yang relatif efisien (Syukur et al., 2026). Selain aspek pemasaran, kemasan produk juga menjadi salah satu faktor penting yang memengaruhi minat beli konsumen karena kemasan berfungsi tidak hanya sebagai pelindung produk, tetapi juga sebagai media komunikasi yang mencerminkan kualitas dan identitas produk (Shorihah et al., 2025). Ketersediaan bahan baku yang stabil juga merupakan faktor penting dalam menjaga kontinuitas produksi dan keberlangsungan usaha, terutama bagi UMKM yang masih bergantung pada jumlah pemasok yang terbatas (Mu'as, 2024). Oleh karena itu, upaya penguatan kapasitas UMKM melalui perbaikan sistem pembukuan, optimalisasi promosi digital, pengembangan kemasan produk, dan stabilisasi pasokan bahan baku menjadi langkah yang penting untuk meningkatkan kinerja usaha, daya saing produk, dan keberlanjutan usaha dalam jangka panjang.

Berdasarkan hasil observasi lapangan dan wawancara dengan pelaku usaha kecil dan menengah (UMKM) Keripik Jasa Bunda, ditemukan beberapa masalah utama yang menghambat perkembangan usaha. Pertama, dari sisi pembukuan, mitra belum menerapkan sistem pencatatan keuangan yang terstruktur sehingga transaksi usaha masih dicatat secara sederhana dan belum dilakukan pemisahan antara keuangan usaha dengan keuangan pribadi. Kondisi tersebut mengakibatkan informasi mengenai pendapatan, pengeluaran, maupun laba usaha belum terdokumentasi secara sistematis dan kondisi ini juga mempengaruhi kemampuan pemilik untuk membuat keputusan bisnis yang tepat dan memperluas bisnis (Atma & Yusnita, 2025). Kedua, pada aspek promosi, pemanfaatan media digital sebagai sarana pemasaran masih belum optimal. Aktivitas promosi masih didominasi oleh pemasaran secara konvensional dan mengandalkan jaringan pelanggan yang telah ada, sehingga jangkauan pasar relatif terbatas dan peluang untuk menjangkau konsumen yang lebih luas belum dimanfaatkan secara maksimal. Ketiga, pada aspek pengemasan produk, proses penyegelan kemasan masih menggunakan stepler sebagai alat perekat. Penggunaan metode tersebut berpotensi menimbulkan risiko terhadap keamanan produk, seperti kemungkinan terlepasnya pecahan kawat stepler yang dapat tercampur dengan produk di dalam kemasan dan membahayakan konsumen. Selain itu, penggunaan stepler juga menghasilkan tampilan kemasan yang kurang rapi dan kurang profesional sehingga dapat memengaruhi persepsi konsumen terhadap kualitas produk. Keempat, pada aspek operasional, mitra menghadapi kendala berupa ketidakstabilan pasokan bahan baku yang disebabkan oleh keterbatasan ketersediaan dari pemasok utama. Kondisi tersebut berdampak pada terganggunya kontinuitas

proses produksi dan berpotensi menghambat kemampuan usaha dalam memenuhi permintaan pasar secara konsisten.

Melihat tantangan atau kendala tersebut, KKN melalui Proyek Konsultasi Universitas Cipasung merancang proyek pengembangan UMKM melalui pendekatan konsultatif dengan melakukan observasi lapangan, wawancara, *Focus Group Discussion* (FGD), identifikasi permasalahan, perancangan solusi, implementasi, pendampingan, dan evaluasi bersama mitra selama satu semester. Proyek ini mengusung strategi pembukuan, strategi digital, pengembangan kemasan dan stabilisasi pasokan bahan baku sebagai solusi pemecahan untuk menjawab permasalahan UMKM terkait.

Upaya untuk mendorong UMKM ini sejalan dengan beberapa penelitian sebelumnya. Wahidah et al. (2025) menyatakan bahwa penerapan sistem pembukuan yang memadai dapat membantu pelaku usaha memantau kondisi keuangan secara akurat dan mengambil keputusan bisnis yang lebih tepat. Hal ini diperkuat oleh Atma & Yusnita, (2025) yang menemukan bahwa ketiadaan pemisahan keuangan usaha dan pribadi berdampak langsung pada kemampuan UMKM dalam memperluas bisnisnya. Namun, Alinsari (2020) menyatakan bahwa penerapan pembukuan pada pelaku usaha sering kali terhambat oleh kebiasaan lama dan keterbatasan literasi keuangan, sehingga memerlukan pendampingan yang berkelanjutan. Dalam hal pemasaran digital, Sukartaatmadja et al. (2023) menyatakan bahwa pemanfaatan teknologi digital mampu meningkatkan daya saing produk UMKM, sementara Syukur et al. (2026) menegaskan bahwa promosi melalui media sosial mampu meningkatkan visibilitas produk dengan biaya yang relatif efisien. Hal ini juga didukung oleh Sari & Sulhan (2023) dan Tantri et al. (2022) yang menunjukkan bahwa pemanfaatan Instagram sebagai media promosi secara konsisten dapat memperluas jangkauan pasar dan meningkatkan keuntungan UMKM. Meskipun demikian, Riwoe et al. (2022) mengingatkan bahwa keberhasilan pemasaran digital sangat bergantung pada konsistensi pengelolaan konten dan pendampingan berkelanjutan, karena tidak semua pelaku UMKM mampu melakukannya secara mandiri.

Pada aspek kemasan, Shorihah et al. (2025) menyatakan bahwa kemasan produk tidak hanya berfungsi sebagai pelindung, tetapi juga sebagai media komunikasi yang mencerminkan kualitas dan identitas produk sehingga turut memengaruhi minat beli konsumen. Hal ini diperkuat oleh Irianto et al. (2023) yang menjelaskan bahwa penerapan teknologi sealer pada proses pengemasan UMKM dapat meningkatkan kualitas dan keamanan kemasan secara signifikan. Sementara itu, dalam hal pengelolaan rantai pasok, Mu'as, (2024) menekankan bahwa lemahnya pengelolaan pasokan bahan baku menjadi salah satu kendala utama yang menghambat kontinuitas produksi UMKM, sehingga diperlukan strategi diversifikasi pemasok untuk menjaga keberlangsungan usaha.

Selain itu, penelitian Melia et al. (2021) menekankan bahwa inklusi dan literasi keuangan yang baik berkontribusi signifikan terhadap kinerja dan keberlanjutan UMKM, sejalan dengan temuan Supriatna et al. (2022) yang menunjukkan bahwa literasi keuangan turut memengaruhi perilaku pengelolaan keuangan pelaku usaha. Hal ini juga menegaskan betapa pentingnya peran KKN melalui Proyek Konsultasi sebagai pelaksanaan Tri Dharma Perguruan Tinggi, di mana mahasiswa berperan sebagai fasilitator dan konsultan pendamping bagi mitra dalam menyelesaikan



permasalahan usahanya (Muniarty et al., 2021; Cahyani et al., 2024). Setiawan & Kristina, (2026) mengingatkan bahwa pendampingan penyusunan laporan keuangan sederhana secara nyata dapat meningkatkan kemampuan pengelolaan keuangan UMKM apabila dilakukan secara konsisten dan berkelanjutan.

Program KKN melalui Proyek Konsultasi Universitas Cipasung pada UMKM Keripik Jasa Bunda memiliki tujuan utama untuk memperkuat kapasitas mitra agar mampu mengelola usahanya secara lebih tertata, profesional, dan berkelanjutan. Penguatan tersebut dilakukan melalui perbaikan sistem pembukuan, peningkatan kapasitas pemasaran digital, pengembangan kualitas kemasan produk, serta stabilisasi pasokan bahan baku, sehingga UMKM dapat beradaptasi dengan tuntutan persaingan usaha yang semakin kompetitif.

Program ini memiliki sejumlah keunggulan yang membedakannya dari program pemberdayaan UMKM lainnya. Pertama, program KKN melalui Proyek Konsultasi ini tidak hanya berfokus pada satu aspek pengembangan, melainkan mengusung empat pilar yang saling terintegrasi, yaitu pembukuan, digitalisasi pemasaran, pengembangan kemasan, dan stabilisasi pasokan bahan baku. Pendekatan berlapis ini memastikan bahwa UMKM tidak hanya siap dari sisi pengelolaan keuangan, tetapi juga mampu memperluas pasar secara digital, menghasilkan produk dengan kemasan yang lebih berkualitas, serta menjaga kontinuitas produksinya. Kedua, program ini dijalankan melalui pendekatan konsultatif yang menempatkan mahasiswa sebagai pendamping sekaligus konsultan, sehingga seluruh solusi yang dirumuskan benar-benar didasarkan pada kebutuhan riil mitra, bukan sekadar transfer pengetahuan satu arah. Ketiga, program ini menekankan pendampingan langsung dan praktik lapangan, mulai dari penyusunan buku pembukuan, pembuatan dan pengelolaan konten promosi digital, penyerahan alat bantu pengemasan, hingga pencarian pemasok alternatif, sehingga mitra tidak hanya memahami teori, tetapi juga merasakan dampak konkret yang dapat langsung diterapkan dalam kegiatan usaha sehari-hari.

Dengan karakteristik tersebut, program KKN melalui Proyek Konsultasi Universitas Cipasung pada UMKM Keripik Jasa Bunda memiliki nilai tambah sebagai bentuk pengabdian yang tidak hanya memberikan pelatihan, tetapi juga membangun kapasitas usaha secara menyeluruh, sehingga dapat menjadi model pendampingan yang relevan untuk diterapkan pada UMKM serupa di wilayah lain. Program ini menjadi penting untuk dilaksanakan karena permasalahan yang dihadapi mitra bersifat multidimensi dan saling berkaitan sehingga tidak dapat diselesaikan melalui satu bentuk pendampingan saja. Berbeda dengan sebagian besar program pengabdian sebelumnya yang lebih banyak berfokus pada satu aspek, seperti pembukuan, pemasaran digital, atau pengembangan kemasan secara terpisah, kegiatan ini mengintegrasikan keempat aspek tersebut dalam satu model pendampingan berbasis pendekatan konsultatif. Pendekatan ini memungkinkan penyelesaian masalah secara lebih komprehensif sesuai kebutuhan riil mitra serta menghasilkan dampak yang lebih berkelanjutan terhadap peningkatan kapasitas dan daya saing UMKM. Oleh karena itu, model pendampingan ini berpotensi menjadi alternatif yang dapat diterapkan pada UMKM lain dengan karakteristik permasalahan yang serupa.

METODE PELAKSANAAN KEGIATAN

Program Kuliah Kerja Nyata (KKN) melalui Proyek Konsultasi Universitas Cipasung dilaksanakan selama satu semester pada tahun 2026 di UMKM Keripik Jasa Bunda milik Ibu Iyus Rosita yang berlokasi di Kampung Sukatengah, Desa Sukamulya, Kecamatan Singaparna, Kabupaten Tasikmalaya. Subjek kegiatan adalah pemilik dan pengelola UMKM Keripik Jasa Bunda. Kegiatan ini bertujuan memperkuat kapasitas pengelolaan usaha melalui penguatan pembukuan, peningkatan pemasaran digital, pengembangan kemasan produk, serta stabilisasi pasokan bahan baku agar usaha dapat dikelola secara lebih efektif, terstruktur, dan berkelanjutan. Program ini dilaksanakan melalui pendekatan konsultatif (*Consultative Approach*). Menurut Zuwitanto & Kurniasari (2025) Pendekatan konsultatif merupakan suatu strategi yang menempatkan pemahaman mendalam atas kebutuhan, tujuan, dan preferensi mitra sebagai landasan utama dalam proses komunikasi dan pemberian layanan pendampingan. Pendekatan ini dipilih mengingat program pengabdian berfokus pada satu mitra UMKM secara spesifik, sehingga proses pendampingan dapat dilaksanakan secara intensif, terstruktur, dan berorientasi pada kebutuhan nyata mitra. Dalam kerangka pendekatan ini, mahasiswa memposisikan diri sebagai konsultan yang tidak semata-mata mentransfer pengetahuan secara searah, melainkan secara aktif mengidentifikasi permasalahan, menganalisis kondisi mitra, serta merancang solusi secara kolaboratif. Secara khusus, tujuan program ini meliputi: (1) membantu mitra menerapkan sistem pencatatan keuangan yang terstruktur dan terpisah dari keuangan pribadi; (2) meningkatkan kapasitas pemasaran digital mitra melalui pemanfaatan media sosial sebagai sarana promosi; (3) memperbaiki kualitas dan keamanan kemasan produk melalui penggantian alat perekat yang lebih aman dan profesional; serta (4) membantu mitra dalam mengatasi ketidakstabilan pasokan bahan baku melalui penguatan jaringan pemasok yang lebih dapat diandalkan.

Tahapan pelaksanaan metode adalah sebagai berikut:

1. Observasi Lapangan

Tahap pertama dilaksanakan melalui observasi langsung ke lokasi usaha UMKM Keripik Jasa Bunda dengan tujuan untuk memperoleh gambaran empiris mengenai kondisi usaha secara menyeluruh. Observasi difokuskan pada aspek-aspek krusial yang meliputi proses produksi, sistem pengelolaan keuangan, aktivitas pemasaran yang sedang berjalan. Data hasil observasi selanjutnya digunakan sebagai landasan awal dalam menganalisis permasalahan dan merancang program pendampingan yang relevan, kontekstual, dan tepat sasaran.

Tabel 1. Indikator Observasi

No	Aspek Observasi	Indikator
1.	Profil usaha	Lama usaha, jenis produk, kapasitas produksi, jumlah tenaga kerja
2.	Sistem pembukuan	Ada atau tidaknya pencatatan keuangan, pemisahan keuangan pribadi dan usaha, bentuk pembukuan yang digunakan
3.	Produksi	Tahapan produksi, peralatan produksi, kapasitas produksi harian
4.	Kemasan produk	kondisi kemasan, kualitas penyegelan kemasan
5.	Pemasaran	Media promosi yang digunakan, aktivitas promosi digital, jangkauan pemasaran
6.	Pasokan bahan baku	Sumber pemasok, ketersediaan singkong, hambatan memperoleh bahan baku



2. Wawancara Mitra

Guna memperoleh data yang lebih komprehensif, dilaksanakan wawancara mendalam (*in-depth interview*) bersama pemilik UMKM, yaitu Ibu Iyus Rosita selaku informan kunci. Wawancara ini bertujuan untuk menggali secara lebih mendalam permasalahan yang dihadapi mitra dari perspektif pelaku usaha, mencakup hambatan dalam sistem pembukuan, keterbatasan pemanfaatan media promosi digital, kendala dalam pengembangan kemasan produk, serta permasalahan ketidakstabilan pasokan bahan baku singkong. Informasi yang diperoleh melalui wawancara ini berfungsi sebagai data penguat yang melengkapi temuan observasi lapangan, sehingga pemahaman terhadap permasalahan mitra dapat dibangun secara lebih holistik dan mendalam.

Tabel 2. Indikator Wawancara

No	Aspek wawancara	Indikator
1.	Profil usaha	Sejarah usaha, perkembangan usaha, sistem pengelolaan usaha
2.	Pengelolaan keuangan	Cara mencatat pemasukan dan pengeluaran, kendala pembukuan, penentuan harga jual
3.	Pemasaran	Cara memasarkan produk, penggunaan media sosial, hambatan promosi
4.	Kemasan produk	Kendala kemasan
5.	Pasokan bahan baku	Sumber pemasok, kendala memperoleh singkong, upaya memperoleh pemasok alternatif

3. Focus Group Discussion (FGD)

Temuan yang diperoleh dari observasi lapangan dan wawancara mendalam selanjutnya didiskusikan secara internal melalui *Focus Group Discussion* (FGD) yang melibatkan seluruh anggota kelompok KKN. FGD diselenggarakan sebagai forum diskusi terstruktur di antara mahasiswa untuk menganalisis, memverifikasi, dan mensintesis keseluruhan data yang telah dihimpun dari lapangan. Melalui forum ini, anggota kelompok secara bersama-sama menelaah relevansi temuan, mempertajam analisis permasalahan, serta menetapkan prioritas intervensi yang akan menjadi fokus program pendampingan berdasarkan tingkat urgensi dan dampaknya terhadap keberlanjutan usaha mitra.

Tabel 3. Indikator *Focus Group Discussion* (FGD)

No	Topik	Indikator
1.	Identifikasi permasalahan	Permasalahan utama yang dihadapi UMKM
2.	Prioritas kebutuhan	Menentukan masalah yang harus diselesaikan terlebih dahulu
3.	Perumusan solusi	Pembukuan, promosi digital, kemasan, dan pasokan bahan baku
4.	Kesepakatan program	Bentuk pendampingan dan jadwal pelaksanaan
5.	Evaluasi	Tanggapan mitra terhadap pelaksanaan program

4. Identifikasi Permasalahan

Berdasarkan keseluruhan data yang berhasil dihimpun melalui observasi, wawancara mendalam, dan FGD, dilakukan identifikasi permasalahan secara sistematis dan analitis. Proses ini menghasilkan temuan empat permasalahan utama yang secara signifikan menghambat perkembangan usaha mitra, yaitu: (1) belum tersedianya sistem pembukuan keuangan yang terstruktur dan memadai; (2) rendahnya pemanfaatan platform digital sebagai sarana promosi dan perluasan pasar;



(3) kemasan produk yang dinilai kurang representatif dan belum memenuhi standar keamanan pangan; serta (4) ketidakstabilan pasokan bahan baku singkong akibat ketergantungan pada satu pemasok utama.

5. Perancangan Solusi

Berdasarkan hasil identifikasi permasalahan yang telah ditetapkan, tim mahasiswa bersama dosen pendamping secara kolaboratif merancang solusi yang bersifat aplikatif dan kontekstual sesuai dengan kondisi serta kebutuhan nyata mitra. Proses perancangan solusi dilakukan melalui diskusi intensif internal antara mahasiswa dan dosen pendamping dengan mempertimbangkan berbagai aspek, meliputi kondisi sumber daya mitra, tingkat literasi pelaku usaha, serta kapasitas mitra dalam mengadopsi perubahan yang direkomendasikan.

Empat program utama termasuk dalam solusi yang dibuat: (1) menciptakan sistem pembukuan harian yang sederhana yang membantu bisnis mengelola keuangan mereka; (2) mengembangkan promosi digital dengan membuat akun Instagram, membuat konten pemasaran, dan mengoptimalkan akun WhatsApp; (3) meningkatkan kemasan produk dengan meningkatkan desain visual dan menggunakan metode penyegelan yang lebih aman dan higienis. Sehingga dapat dilaksanakan secara efisien dan berkelanjutan, solusi tersebut dibuat berdasarkan hasil identifikasi kebutuhan mitra dan disesuaikan dengan keadaan bisnis sebenarnya.

6. Pendampingan Berkelanjutan

Sepanjang pelaksanaan program, mahasiswa memberikan pendampingan secara intensif dan berkelanjutan kepada mitra usaha. Pendampingan dilaksanakan melalui kunjungan rutin terjadwal serta komunikasi aktif guna memastikan setiap kendala teknis maupun non-teknis yang timbul selama proses implementasi dapat direspons dan diselesaikan secara tepat waktu. Pendampingan yang berkesinambungan ini diarahkan untuk membangun kapasitas dan kemandirian mitra, sehingga mitra diharapkan mampu mengoperasikan dan mengembangkan solusi yang telah diterapkan secara mandiri pascaprogram berakhir.

IMPLEMENTASI KEGIATAN DAN PEMBAHASAN

Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah (UMKM) merupakan salah satu pilar utama perekonomian Indonesia yang memiliki peran strategis dalam mendorong pertumbuhan ekonomi nasional, menciptakan lapangan kerja, serta meningkatkan kesejahteraan masyarakat (Saputri et al., 2024). UMKM dipahami sebagai sektor ekonomi yang memiliki karakteristik berupa skala usaha relatif kecil, keterbatasan modal dan tenaga kerja, namun memiliki kemampuan beradaptasi yang tinggi terhadap perubahan kondisi ekonomi (Ramadhan et al., 2025). Hal ini terbukti ketika krisis ekonomi 1997/1998 melanda Indonesia, di mana banyak perusahaan besar mengalami kebangkrutan, sementara UMKM justru mampu bertahan dan bahkan menjadi penopang perekonomian nasional (Atmaja & Novitaningtyas, 2021). Menurut data Kementerian Koperasi dan UKM (2023), UMKM secara konsisten menyumbang lebih dari 96 persen dari total jumlah entitas usaha di Indonesia, menjadikannya tulang punggung struktur ekonomi nasional.

Hasil observasi dan wawancara terhadap UMKM Keripik Jasa Bunda menunjukkan bahwa usaha ini menghadapi sejumlah permasalahan mendasar, mulai

dari ketiadaan sistem pembukuan keuangan, rendahnya literasi keuangan pemilik usaha, terbatasnya strategi promosi, ketidakstabilan pasokan bahan baku singkong, hingga penggunaan staples sebagai perekat kemasan yang dinilai kurang aman dan kurang rapi. Berdasarkan kondisi tersebut, tim mahasiswa merancang dan mengimplementasikan empat strategi utama, yaitu literasi keuangan dan pembukuan sederhana, promosi dan pemasaran digital, pencarian pemasok bahan baku alternatif, dan perbaikan sistem pengemasan produk. Pemilihan keempat strategi tersebut didasarkan pada hasil identifikasi kebutuhan mitra dan didukung oleh penelitian yang menyatakan bahwa penguatan pembukuan, pemasaran digital, inovasi kemasan, dan pengelolaan pasokan merupakan faktor penting dalam meningkatkan daya saing UMKM (Sukartaatmadja et al., 2023; Mu'as, 2024).

Berdasarkan hasil observasi tersebut dapat diketahui bahwa permasalahan UMKM Keripik Jasa Bunda sesuai dengan karakteristik kendala yang banyak ditemukan pada UMKM di Indonesia, yaitu lemahnya sistem pembukuan, pemasaran digital yang belum optimal, serta pengelolaan rantai pasok yang masih sederhana (Mu'as, 2024; Wahidah et al., 2025). Oleh karena itu, pendekatan konsultatif yang diterapkan dalam program ini menjadi relevan karena mampu memberikan solusi secara terpadu terhadap berbagai permasalahan tersebut. Hal ini sejalan dengan Zuwitanto & Kurniasari (2025) yang menyatakan bahwa *Consultative Approach* menekankan identifikasi kebutuhan mitra secara partisipatif sehingga solusi yang diberikan lebih sesuai dengan kondisi dan permasalahan yang dihadapi.

Implementasi Strategi Pembukuan, Promosi Digital, Pengembangan Kemasan dan Stabilisasi Pasokan

1. Pembukuan

Program pembukuan menjadi fokus atau tujuan awal dengan memberikan pemahaman melalui literasi keuangan kepada pemilik UMKM Keripik Jasa Bunda yaitu ibu Iyus. Karena literasi keuangan penting untuk pemilik usaha agar bisa melakukan pembukuan pencatatan keuangan kedepannya.



Gambar 1. Pendampingan Literasi Keuangan

Kegiatan pendampingan dimulai dengan pelatihan tentang pentingnya pengetahuan keuangan untuk keberlangsungan bisnis. Kemudian, tim menerima buku pembukuan manual sederhana yang disesuaikan dengan kemampuan mitra dan mengajarkan cara mencatat pemasukan, pengeluaran, dan perhitungan laba usaha.

Hasil ini menunjukkan bahwa pendampingan pembukuan sederhana mampu meningkatkan pemahaman mitra mengenai pentingnya pencatatan keuangan dalam pengelolaan usaha. Temuan ini sejalan dengan Wahidah et al. (2025) yang

menyatakan bahwa sistem pembukuan sederhana membantu pelaku UMKM dalam memantau kondisi keuangan dan mengambil keputusan usaha secara lebih tepat. Selain itu, Setiawan & Kristina (2026) menjelaskan bahwa pendampingan yang dilakukan secara berkelanjutan lebih efektif dalam meningkatkan kemampuan pengelolaan keuangan dibandingkan pelatihan yang bersifat sesaat.

2. Promosi Digital

Setelah dilakukannya pemahaman literasi keuangan kepada pemilik usaha, program selanjutnya yaitu melakukan promosi langsung di Universitas Cipasung dan menggunakan akun Instagram sebagai platform digital UMKM Keripik Jasa Bunda untuk mempromosikan produk mereka. Kegiatan promosi yang dilakukan berhasil menarik perhatian mahasiswa dan mendorong pembelian produk dari kampus. Hasil ini menunjukkan bahwa produk memiliki peluang pasar yang cukup baik jika didukung oleh strategi pemasaran yang lebih aktif dan terarah.



Gambar 2. Pembuatan Akun dan Pemasaran

Keberhasilan promosi ini menunjukkan bahwa pemanfaatan media sosial mampu memperluas jangkauan pemasaran UMKM. Temuan ini sejalan dengan Sukartaatmadja et al. (2023) yang menyatakan bahwa digital marketing meningkatkan daya saing produk UMKM. Hasil tersebut juga mendukung penelitian Tantri et al. (2022) yang menunjukkan bahwa penggunaan Instagram secara konsisten dapat meningkatkan eksposur produk dan mendorong peningkatan penjualan.

3. Pengembangan Kemasan

Dalam hal pengemasan, tim menawarkan bantuan dengan alat penutup panas untuk menggantikan steples yang sebelumnya digunakan sebagai penutup kemasan. Penggunaan penutup panas menghasilkan kemasan yang lebih rapi, aman, dan menarik dibandingkan sebelumnya. Penggunaan alat tersebut tidak hanya meningkatkan estetika produk, tetapi juga menurunkan risiko cedera akibat steples dan meningkatkan kepercayaan konsumen terhadap kualitas produk.



Gambar 4. Kemasan Lama dan Pemberian *Heat Sealer*

Tim Proyek Konsultasi memberikan bantuan berupa alat *heat sealer* kepada UMKM Keripik Jasa Bunda sebagai pengganti steples yang sebelumnya digunakan untuk menutup kemasan produk. Penggunaan steples dianggap kurang aman karena

berpotensi menyebabkan kawat steples tercampur ke dalam produk dan menghasilkan kemasan yang tidak rapi. Mitra dapat menghasilkan kemasan yang lebih rapat, higienis, dan profesional dengan memberikan dan mendukung penggunaan heat sealer. Penggunaan alat tersebut tidak hanya meningkatkan keamanan produk, tetapi juga memberikan nilai estetika pada kemasan, membuatnya lebih menarik bagi pelanggan. Oleh karena itu, pengembangan kemasan dengan menggunakan sealer panas diharapkan dapat meningkatkan kualitas produk, meningkatkan kepercayaan konsumen, dan meningkatkan keunggulan UMKM Keripik Jasa Bunda di pasar yang lebih luas.

Temuan ini memperkuat penelitian Irianto et al. (2023) yang menyatakan bahwa penggunaan heat sealer mampu meningkatkan kualitas dan keamanan kemasan produk UMKM. Selain itu, Shoriah et al. (2025) menjelaskan bahwa kemasan yang menarik tidak hanya melindungi produk tetapi juga meningkatkan persepsi kualitas serta minat beli konsumen.

4. Stabilisasi Pasokan

Pada bagian rantai pasokan, tim membantu mitra mencari pemasok singkong alternatif untuk mengatasi ketidakstabilan bahan baku yang sering menghambat produksi. Meskipun pemasok alternatif ditemukan, ketersediaan bahan baku masih belum sepenuhnya stabil karena kekurangan stok dari pemasok baru. Temuan ini menunjukkan bahwa diversifikasi pemasok perlu terus dilakukan untuk menjaga keberlangsungan produksi dan memenuhi permintaan konsumen secara konsisten.



Gambar 5. Pasokan Singkong

Temuan ini menunjukkan bahwa diversifikasi pemasok merupakan strategi penting dalam menjaga kontinuitas produksi UMKM. Hasil tersebut sesuai dengan Mu'as, (2024) yang menjelaskan bahwa pengelolaan rantai pasok yang baik dapat mengurangi risiko terhentinya proses produksi akibat ketergantungan terhadap satu pemasok.

KESIMPULAN

Program KKN melalui Proyek Konsultasi Universitas Cipasung Tasikmalaya pada UMKM Keripik Jasa Bunda tahun 2026 memberikan dampak nyata terhadap peningkatan kapasitas dan kemandirian usaha mitra. Melalui empat strategi utama pembukuan, promosi digital, pengembangan kemasan, dan stabilisasi pasokan mahasiswa berhasil membantu mitra dalam menata pengelolaan keuangan, memperluas jangkauan pemasaran, meningkatkan kualitas kemasan produk, serta merintis upaya diversifikasi pemasok bahan baku.

Pada aspek pembukuan, mitra berhasil memahami cara mengisi buku pembukuan sederhana yang diberikan dan meningkat kesadarannya akan pentingnya pencatatan keuangan dalam pengambilan keputusan usaha, meskipun konsistensi

pencatatan secara rutin masih menjadi tantangan akibat faktor usia dan kebiasaan lama. Pada aspek promosi digital, kegiatan promosi langsung di lingkungan kampus dan pemanfaatan akun Instagram berhasil menarik minat konsumen baru, membuktikan bahwa produk Keripik Jasa Bunda memiliki peluang pasar yang baik apabila didukung strategi pemasaran yang aktif dan terarah. Pada aspek pengembangan kemasan, penggantian steples dengan alat heat sealer berhasil menghasilkan kemasan yang lebih rapi, higienis, aman, dan profesional, sehingga meningkatkan nilai estetika produk dan kepercayaan konsumen. Adapun pada aspek stabilisasi pasokan, tim berhasil menemukan pemasok singkong alternatif, meskipun ketersediaan bahan baku belum sepenuhnya stabil sehingga upaya diversifikasi pemasok perlu terus dilanjutkan secara berkelanjutan.

Secara keseluruhan, program ini memperlihatkan bahwa pendekatan konsultatif yang dijalankan secara kolaboratif antara mahasiswa, dosen pendamping, dan pelaku UMKM dapat menciptakan solusi yang aplikatif dan kontekstual sesuai kebutuhan riil mitra. Kegiatan Proyek Konsultasi pada UMKM Keripik Jasa Bunda ini menjadi contoh nyata implementasi Tri Dharma Perguruan Tinggi dalam pengabdian kepada masyarakat, sekaligus memperkuat fondasi pengelolaan usaha mikro berbasis literasi keuangan, digitalisasi pemasaran, peningkatan kualitas produk, dan keberlanjutan rantai pasok di tingkat pelaku usaha lokal.

UCAPAN TERIMA KASIH

Penulis mengucapkan terima kasih yang sebesar-besarnya kepada Ibu Viska Putria Ananda, S.E., M.M., selaku dosen pembimbing Kuliah Kerja Nyata (KKN) Proyek Konsultasi Universitas Cipasung Tasikmalaya atas bimbingan, arahan, serta dukungan yang diberikan selama pelaksanaan kegiatan dan penyusunan artikel ini. Ucapan terima kasih juga disampaikan kepada ibu Iyus Rosita selaku pemilik UMKM Keripik Jasa Bunda yang telah memberikan izin, dukungan, dan kerja sama yang baik selama kegiatan berlangsung. Penulis turut berterima kasih kepada LPPM Universitas Cipasung atas dukungan kelembagaan yang diberikan, serta kepada seluruh anggota KKN Proyek Konsultasi Keripik Singkong Jasa Bunda atas kebersamaan dan kerja sama selama pelaksanaan program.

DAFTAR PUSTAKA

- Alinsari, N. (2020). Peningkatan Literasi Keuangan Pada UMKM Melalui Pelatihan Dan Pendampingan Pembukuan Sederhana. *Jurnal Pengabdian Masyarakat*, 01(2), 256–268.
- Atma, N. M. A., & Yusnita, I. (2025). Peran Pembukuan Sederhana UMKM Sebagai Dasar Pertimbangan Keputusan Berdasarkan SAK EMKM : Studi Kasus Yumi Ex Linen. *Jurnal Ilmiah Ekonomi Bisnis Dan Akuntansi*, 3(1), 222–236.
- Atmaja, H. E., & Novitaningtyas, I. (2021). Analisis Aspek Pemasaran UMKM Di Masa Resesi Global Dampak Dari Pandemi Covid-19. *Jurnal Ilmiah Poli Bisnis*, 13(1), 2–11.
- Cahyani, A., Nurhaningsih, T., Karnati, N., & Rahmawati, D. (2024). Kuliah Kerja Nyata Sebagai Implementasi Pendidikan Berbasis Masyarakat Di Perguruan Tinggi. *Jurnal Kajian Dan Penelitian Umum*, 2(2).



- Irianto, W. S. G., Faiz, M. R., Wibowotomo, B., Sujito, Fahreza, M. D. A., & Krisnawan, S. (2023). Penerapan Teknologi Foot Impulse Sealer Machine Untuk Meningkatkan Kualitas Kemasan Produk Pada UMKM Makmur Maju Bersama Di Desa Madiredo Kecamatan Pujon Kabupaten Malang. *Jurnal Pengabdian Kepada Masyarakat*, 1(2), 43–47.
- Melia, K., Narulitasari, D., & Nurohman, Y. A. (2021). Inklusi Keuangan Dan Literasi Keuangan Terhadap Kinerja Dan Keberlanjutan UMKM Di Solo Raya. *Among Makarti : Jurnal Ekonomi Dan Bisnis*, 14 (Vol 14, No 2 (2021)), 62–76.
- Mu'as, A. (2024). Strategi Pengelolaan Keuangan Usaha Mikro Di Pedesaan : Studi Kualitatif Pada Pelaku UMKM. *Jurnal Al Mujaddid Humaniora*, 10(2), 9–16.
- Muniarty, P., Wulandari, Pratiwi, A., & Rimawan, M. (2021). Pengabdian Kepada Masyarakat Melalui Kuliah Kerja Nyata Sekolah Tinggi Ilmu Ekonomi Bima. *Journal Of Empowerment*, 2(2), 172–182.
- Ramadhan, D. R., Ramadhani, S., & Rambe, R. (2025). UMKM: Definisi, Karakteristik, Dan Kontribusi Ekonomi. *Jurnal Ekonomi Dan Bisnis*, 5(3), 80–84.
- Riwoe, F. L. R., Mulyana, M., Sarah, S., & Ledes, A. R. E. W. (2022). Pendampingan Penggunaan Social Media Marketing Bagi UMKM Kota Bogor. *Jurnal Abdimas Dedikasi Kesatuan*, 3(1), 23–32. <https://doi.org/10.37641/Jadkes.V3i1.1389>
- Saputri, Y., Gomas, S. J., Alifah, N., Abidzar, I., & Ghiffari, A. (2024). Peran Strategis Usaha Mikro , Kecil , Dan Menengah (Umkm Dalam Perekonomian Indonesia : Tantangan Dan Peluang). *Jurnal Studi Multidisipliner*, 8(10), 205–208.
- Sari, A. K., & Sulhan, M. (2023). Pemanfaatan Media Sosial Sebagai Media Promosi , Branding Pada Produk UMKM Olahan Pisang Dan Olahan Susu. *Jurnal Pembelajaran Pemberdayaan Masyarakat*, 4(4), 875–883. <https://doi.org/10.33474/Jp2m.V4i4.21185>
- Setiawan, D., & Kristina, L. (2026). Penerapan Standar Akuntansi Mikro Dalam Usaha Kuliner : Studi Kasus UMKM Sempolan Kabupaten Tegal. *Journal Of Reflection*, 9(2), 760–770.
- Shorihah, D., Sunysca, M., Razzaq, A., & Nugraha, M. Y. (2025). Pengaruh Desain Kemasan Terhadap Minat Beli Konsumen Pada Produk Eat Sambel. *Jurnal Inovasi Riset Akademik*, 5(1), 22–30.
- Sukartaatmadja, S., Hermawan, Y., & Silaen, U. (2023). Pengembangan Kualitas Produk UMKM Melalui Inovasi Kemasan Dan Digital Marketing Kelurahan Gudang Kota Bogor. *Jurnal Abdimas Dedikasi Kesatuan*, 4(1), 31–34. <https://doi.org/10.37641/Jadkes.V4i1.2423>
- Supriatna, T., Juhandi, D., & Rasipan. (2022). Promosi Media Sosial Dan Literasi Digital Terhadap Kinerja Pemasaran Yang Di Moderasi Akses Fasilitas Digital. *Jurnal Manajemen Strategik Kewirausahaan*, 2(2), 167–178.



- Suryadi, R. F. (2023). *Peran UMKM Dalam Mendorong Pertumbuhan Ekonomi Lokal Studi Kasus Di Indonesia*. 1(9), 1096–1102.
- Syukur, A., Puspita, R., Fabrianto, L., Tsabita, A. S., Bilqis, S. H., & Rahman, D. O. (2026). Teknik Pengemasan Produk Usaha Mikro Kecil Menengah (UMKM). *Jurnal Pengabdian Umat*, 1(1), 33–40.
- Tantri, A. H., Rizkiadi, & Dina, D. F. M. (2022). *Pemanfaatan Instagram Dalam Meningkatkan Keuntungan UMKM: Sebuah Tinjauan Pustaka Sistematis (SLR)*. September, 3366–3377.
- Wahidah, N. R., Andhani, D., & Lutfi, A. M. (2025). Pengembangan Sistem Pembukuan Usaha Mikro Kecil Menengah Untuk Meningkatkan Kesejahteraan Ekonomi Di Desa Cicalengka Kec . Pegedangan. *Jurnal Pengabdian Sosial*, 5(1), 49–57.
- Zuwitanto, M. L., & Kurniasari, I. (2025). Strategi Pendekatan Konsultatif Financial Consultant Dalam Mendorong Literasi Dan Kepercayaan Investasi Di Perusahaan Pialang. *Jurnal Pengabdian Masyarakat*, 5(2), 547–556.

