

# Peningkatan Skala Usaha UMKM melalui Program Pelatihan dan Pendampingan 3M (Modal, Manajemen, Marketing) pada UMKM UTBEX Indonesia, Kabupaten Malang

<sup>1)</sup>Silvi Asna Prestianawati\*, <sup>2)</sup>Muhammad Fawwaz, <sup>3)</sup>Ratna Syifaun Nadliroh  
<sup>1,2,3</sup>Ilmu Ekonomi, Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Brawijaya, Malang, Indonesia  
Email Corresponding: [silvi.feb@ub.ac.id](mailto:silvi.feb@ub.ac.id)\*

INFORMASI ARTIKEL	ABSTRAK
<b>Kata Kunci:</b> Skala usaha UMKM Pelatihan Pendampingan UMKM UTBEX Indonesia	Rendahnya resiliensi UMKM di Indonesia dilatarbelakangi oleh rendahnya kemampuan mereka dalam mengakses dan mengelola modal, manajemen usaha, serta marketing produk. Oleh karena itu pengabdian masyarakat ini bertujuan untuk memberikan fasilitas tersebut agar UMKM dapat semakin resilien dan berkembang secara lebih pesat. Pengabdian masyarakat ini menggunakan pendekatan focus group discussion (FGD) serta program pemberian peralatan usaha. Dalam pelaksanaannya, FGD didahului dengan penyampaian materi mengenai product development dan financial planning lalu kemudian diskusi mengenai permasalahan dan rencana strategis UMKM UTBEX Indonesia ke depannya. Selain itu, diberikan juga peralatan usaha sesuai dengan kebutuhan UMKM UTBEX Indonesia serta program pelatihan dan pendampingan terkait penggunaan alat tersebut. Melalui program pengabdian masyarakat ini diharapkan UTBEX Indonesia dapat semakin resilien dan semakin berkembang di masa depan, serta mampu memberikan dampak yang lebih inklusif untuk perekonomian masyarakat sekitar.
<b>Keywords:</b> MSME business scale Training Mentoring MSME UTBEX Indonesia	<b>ABSTRACT</b> The low resilience of MSMEs in Indonesia is motivated by their low ability to access and manage capital, business management, and product marketing. Therefore, this community service aims to provide these facilities so that MSMEs can be more resilient and develop more rapidly. This community service uses a focus group discussion (FGD) approach and a program to provide business equipment. In its implementation, the FGD was preceded by the delivery of material on product development and financial planning and then a discussion on the problems and strategic plans of UTBEX Indonesia MSMEs in the future. In addition, business equipment is also provided according to the needs of UTBEX Indonesia MSMEs as well as training and mentoring programs related to the use of these tools. Through this community service program, it is hoped that UTBEX Indonesia can be more resilient and grow in the future, and be able to have a more inclusive impact on the economy of the surrounding community.  This is an open access article under the <a href="https://creativecommons.org/licenses/by-sa/4.0/">CC-BY-SA</a> license.

## I. PENDAHULUAN

UTBEX Indonesia merupakan sebuah UMKM yang berlokasi di Kecamatan Bantur, Kabupaten Malang. UTBEX Indonesia merupakan Lembaga bisnis yang berfokus pembuatan kaos Lukis tanpa tinta. Permasalahan utama dari UMKM ini adalah minimnya pengetahuan dalam pengelolaan modal dan strategi pemasaran. Meskipun secara mandiri, UTBEX Indonesia telah memiliki banyak prestasi dari local hingga nasional, namun permasalahan pemasaran masih menjadi kendala. Sampai saat ini UTBEX Indonesia belum memiliki video iklan produk yang berbasis pada digital marketing yaitu pemasaran yang dilakukan secara digital dengan mengutamakan kekuatan visual dan copy-writing. Jika mengacu pada renstra PKM FEB UB, pengabdian ini sesuai dengan bidang pemberdayaan ekonomi masyarakat yakni penguatan lembaga ekonomi masyarakat, penguatan produktivitas UMKM, pengembangan ekonomi kreatif dan penguatan strategi pemasaran.

Tujuan pengabdian ini adalah untuk meningkatkan dan menguatkan ekonomi masyarakat melalui penguatan produktivitas UTBEX Indonesia sebagai UMKM, termasuk membantu pengembangan ekonomi kreatif pada UTBEX Indonesia juga meningkatkan strategi pemasaran. Target luaran yang ingin dicapai adalah meningkatnya produktivitas UTBEX Indonesia melalui pelatihan manajemen keuangan dan sumber daya manusia serta meningkatkan strategi pemasaran melalui bantuan pembuatan video iklan produk. Selain itu, pengabdian ini juga ditargetkan memiliki luaran berupa HKI, publikasi pada jurnal, publikasi pada media massa, poster, MoA, presentasi dalam seminar internasional.

## II. MASALAH

UMKM di Indonesia begitu banyak dan termasuk sektor yang berkontribusi paling besar terhadap pembangunan ekonomi Indonesia, baik secara nasional maupun regional. Namun tidak sedikit tantangan yang harus dihadapi oleh UMKM tersebut dalam mempertahankan usahanya seperti kualitas SDM, kekuatan modal, dan ketatnya persaingan. Sumber daya manusia menjadi faktor yang sangat penting dalam keberlangsungan usaha itu karena dalam berbisnis akan banyak sekali dihadapkan dengan mempertimbangkan keputusan-keputusan yang harus diambil dengan berbagai resikonya. Maka bagaimana SDM UMKM melakukan pengelolaan bisnis, menganalisis risiko, serta mengevaluasi kinerja akan sangat mempengaruhi kualitas dan ketahanan dari UMKM itu sendiri.

Selain itu, keadaan finansial juga menjadi sangat problematik. Memang kebanyakan UMKM dapat membuka lapangan kerja dan menyelesaikan masalah, namun seringkali terpaksa berhenti di tengah perjalanan karena kekuatan modal untuk menjalankan usaha tersebut masih lemah. Hanya sedikit UMKM yang dapat bertahan dalam jangka panjang dan meningkat kelas seperti dari kelas mikro hingga kelas menengah. Modal ibarat menjadi bahan bakar bagi UMKM untuk terus berjalan, terlebih jika UMKM tersebut membutuhkan berbagai macam alat-alat produksi dengan jumlah yang besar. Selain pengelolaan modal, UMKM juga memiliki keterbatasan dalam mengembangkan strategi pemasaran yang berbasis digital yakni yang mengedepankan pemasaran digital dengan kualitas visual dan copy-writing. Sehingga, produk kreatif yang diciptakan UMKM sebagai bentuk inovasi tidak mampu menembus pasar secara optimal.

Pengangguran di usia muda menjadi salah satu dorongan bagi UTBEX Indonesia dalam berkontribusi untuk membangun masyarakat. UTBEX Indonesia hadir menyediakan wadah bagi masyarakat untuk berkreasi melalui menciptakan kaos lukis yang tidak membutuhkan tinta dan ini merupakan yang pertama di Indonesia. Dengan berdomisili di Malang, tentu UTBEX semakin terpacu untuk mengembangkan usaha kreatif tersebut mengingat Malang merupakan salah satu destinasi wisata yang terkenal di Indonesia seperti yang dilansir oleh CNN Indonesia (2021). Maka dari itu, usaha UTBEX Indonesia harapannya akan terus berdampak bagi masyarakat, terutama dalam bidang kerajinan, sehingga dapat meningkatkan pertumbuhan perekonomian daerah.

UTBEX Indonesia sendiri lahir pada tahun 2019 di Malang yang kini telah beranggotakan lebih dari 90 orang termasuk kelompok-kelompok masyarakat yang didampingi. UTBEX Indonesia telah banyak tampil dalam berbagai ajang pameran di Indonesia dan telah banyak melakukan kolaborasi bersama para lembaga/instansi lainnya seperti Pemerintah Kabupaten Malang, British Council, Kementerian Koperasi dan UMKM, Kementerian BUMN, dan juga beberapa universitas seperti Universitas Brawijaya. Tidak hanya dengan lembaga-lembaga besar, UTBEX Indonesia juga turut memperhatikan sesama pelaku kreatif lainnya, bersinergi untuk saling membangun usaha satu sama lainnya.

UTBEX Indonesia juga telah memiliki sertifikat merk yang dikeluarkan oleh pemerintah, termasuk sertifikat kompetensi dari BNSP. Hal ini membuktikan bahwa UTBEX Indonesia telah diakui keberadaan dan usahanya. Prestasi yang ditorehkan oleh UMKM ini juga tidaklah sedikit, berbagai penghargaan telah diraih atas manfaat yang ditebarkan oleh UTBEX Indonesia seperti menjadi 10 besar breakthru Provinsi Jawa Timur tahun 2020, juara harapan II wirausaha muda prestasi 2021, 5 besar UKM prestasi Provinsi Jawa Timur pada ajang MotoGP 2022, dan juga juara 3 Krenotek Award 2022 tingkat Kabupaten Malang. Hal ini belum termasuk dengan berbagai liputan dari media-media nasional yang mengakui prestasi dari UTBEX Indonesia.



Gambar 1. Aktivitas Produksi UTBEX Indonesia

Di sisi lain, UTBEX Indonesia juga memiliki kendala seperti UMKM pada umumnya yakni keterbatasan beserta pengelolaan modal dan strategi pemasaran yang masih belum optimal. Selain itu, dengan produk yang dimiliki, UTBEX Indonesia hanya memiliki social media yakni Youtube dan Instagram. Namun, berdasarkan hasil observasi dan FGD, UTBEX Indonesia belum memiliki video iklan produk yang berbasis visual yang menarik dan kualitas copy-writing yang baik. Maka dari itu, melalui skema pengabdian abdi dharma FEB UB ini, pengabdian bermaksud membantu UMKM UTBEX Indonesia dalam bentuk melalui pelatihan manajemen keuangan dan sumber daya manusia serta pembuatan video iklan produk. Hal ini dilakukan untuk meningkatkan kapasitas produksi UTBEX Indonesia. Monitoring termasuk perbaikan manajemen juga akan dilaksanakan dalam pengabdian ini. Sehingga, kedepannya diharapkan UTBEX Indonesia dapat menjadi UMKM yang mapan.

Stiadi et. Al (2021) menyampaikan bahwa UMKM membutuhkan pendampingan pemasaran serta dukungan modal agar dapat mengembangkan usahanya terutama pada fase awal jalannya usaha sebelum UMKM tersebut dapat mandiri. Peran pemerintah ataupun komunitas yang fokus terhadap pengembangan UMKM menjadi kunci agar para UMKM mendapatkan fasilitas tersebut.

Dengan berbagai permasalahan yang telah disampaikan pada bagian sebelumnya dan demi kemajuan UTBEX Indonesia dalam menebar manfaat bagi masyarakat khususnya di Kabupaten Malang, maka UTBEX Indonesia harus didampingi dalam melakukan pemasaran usahanya seperti dengan membuat profil bisnis yang menarik, mengikuti gaya dan tren kekinian sehingga dapat meningkatkan awareness dari UMKM ini sendiri yang tentunya akan memikat para kalangan muda. Selain itu, bantuan pengadaan alat-alat kerajinan yang dibutuhkan oleh UTBEX Indonesia juga akan sangat membantu melancarkan proses bisnis yang ada pada UMKM ini.

Dengan berbagai permasalahan yang telah disampaikan pada bagian sebelumnya dan meningkatnya produktivitas dan kapasitas bisnis UTBEX Indonesia, maka tim pengabdian FEB UB akan melakukan 2 (dua) kegiatan sebagai bantuan atas permasalahan yang dimiliki UTBEX Indonesia yakni :

1. Untuk meningkatkan pemasaran - pembuatan video iklan produk yang menarik, mengikuti gaya dan tren kekinian sehingga dapat meningkatkan awareness dan engagement UTBEX Indonesia dengan masyarakat. Luaran dari kegiatan ini adalah video iklan produk UTBEX Indonesia yang berbasis visual dan copy-writing yang baik.
2. Untuk meningkatkan produktivitas dan kapasitas usaha –Pelatihan manajemen keuangan dan sumber daya manusia untuk meningkatkan kapasitas usaha UMKM melalui efisiensi keuangan dan sumber daya manusia.

### III. METODE

Metode pelaksanaan dalam pengabdian ini berfokus pada dua bidang permasalahan yakni permasalahan dalam bidang produksi dan pemasaran. Kemudian, proses pengabdian ini tentunya akan dilaksanakan melalui beberapa tahap atau cara:

- a. Menggali informasi  
Menggali informasi merupakan tahap awal yang dilakukan oleh pengabdian sebagai langkah untuk mengetahui secara komprehensif apa yang dibutuhkan oleh objek pengabdian, dalam hal ini adalah UTBEX Indonesia.
- b. Melaksanakan FGD  
FGD dilaksanakan untuk mengkonfirmasi hasil dari langkah pertama yang telah diperoleh oleh pengabdian. FGD dilaksanakan tidak hanya dengan pemilik, tetapi juga dengan pengurus termasuk pekerja. FGD ini dilakukan untuk mendapatkan informasi mengenai permasalahan yang dihadapi oleh UMKM termasuk cara penyelesaian yang paling efisien.
- c. Penetapan fokus penyelesaian masalah  
Langkah ini dilakukan sebagai bentuk awal sebelum pengabdian melaksanakan programnya. Penetapan fokus penyelesaian masalah ini dilakukan melalui diskusi secara mendalam bersama pemilik UMKM dan jajarannya. Langkah ini berfungsi untuk memastikan kembali apakah solusi yang diusulkan pengabdian akan memberikan dampak positif kepada UMKM.
- d. Pelaksanaan program  
Pelaksanaan program merupakan langkah eksekusi penyelesaian masalah yang dihadapi oleh UMKM. Pelaksanaan program ini dilaksanakan secara bersama-sama dengan tim dari UMKM.
- e. Evaluasi dan Monitoring  
Peran dan tugas masing-masing anggota tim dalam pelaksanaan pengabdian ini adalah:
  - 1) Silvi Asna Prestianawati (Manajemen Keuangan dan SDM) sebagai ketua pengabdian bertugas menginisiasi kegiatan termasuk memonitoring pelaksanaan program. Selain itu, juga bertugas menjadi pemateri dan pendamping dalam peningkatan kualitas manajemen keuangan dan sumber daya manusia UTBEX Indonesia.
  - 2) Muhammad Fawwaz (Pembuatan Video Iklan) sebagai anggota mahasiswa yang memiliki keahlian dalam membuat video iklan yang milenial, yang mampu meningkatkan engagement.
  - 3) Ratna Syifaun Nadliroh (administrasi) sebagai anggota untuk memastikan seluruh kebutuhan administrasi pengabdian ini terpenuhi dengan baik. Selain itu, juga bertugas untuk mendampingi pelaksanaan workshop manajemen keuangan dan sumber daya manusia termasuk pembuatan video iklan produk.

#### IV. HASIL DAN PEMBAHASAN

##### *Pelatihan Pengembangan Produk*

Dalam upaya untuk meningkatkan skala usaha UMKM UTBEX Indonesia, pengabdian masyarakat ini menyelenggarakan program pelatihan, salah satunya dengan mengangkat topik pengembangan produk. Topik tersebut menjadi suatu hal yang penting untuk UMKM di sektor ekonomi kreatif, seperti UTBEX Indonesia. Melalui materi tersebut diharapkan UTBEX Indonesia dapat memiliki kemampuan untuk menjawab tuntutan pelanggan yang selalu berubah dan tren yang cepat berkembang. Dengan merancang produk-produk baru yang kreatif dan relevan, UTBEX Indonesia dapat menarik lebih banyak konsumen dan memperluas pangsa pasar mereka. Dalam hal ini, mayoritas konsumen UTBEX Indonesia masih terpusat di wilayah Kabupaten Malang saja. Oleh karena itu, dengan menghasilkan produk-produk yang lebih inovatif dan menarik, UMKM ini memiliki peluang untuk menarik minat konsumen hingga lintas provinsi atau bahkan mampu menjangkau pasar internasional. Pada dasarnya hal ini tidak hanya berimplikasi pada peningkatan pendapatan saja, melainkan juga berpotensi untuk menghadirkan brand mereka ke tingkat nasional atau bahkan internasional. Melalui pengembangan produk yang tepat, UTBEX Indonesia yang bergerak di sektor ekonomi kreatif dapat membuka pintu untuk pertumbuhan yang lebih luas melalui diversifikasi produk yang pada gilirannya akan memberikan dampak positif terhadap perkembangan bisnis mereka.

Diversifikasi produk memainkan peran penting dalam menjaga daya saing UMKM, terutama di sektor ekonomi kreatif. Pada dasarnya hal tersebut berkaitan erat dengan kemampuan pelaku UMKM dalam memaksimalkan kemampuan mereka untuk berpikir kreatif serta memiliki keterampilan untuk melakukan riset dan analisis pasar. Ini erat kaitannya dengan kemampuan berpikir kritis dan inovasi. UMKM yang beroperasi dalam sektor kreatif seperti halnya UTBEX Indonesia, perlu memiliki pandangan yang kreatif dan kemampuan

berpikir kritis untuk mengidentifikasi potensi di sekitar mereka. Diversifikasi produk memungkinkan mereka untuk menggali berbagai peluang yang mungkin belum terpikirkan sebelumnya. Dengan berinovasi dalam produk atau jasa yang ditawarkan, UMKM dapat menciptakan pasar baru dan mencapai pelanggan yang lebih luas. Ini juga membantu mereka beradaptasi dengan perubahan tren dan permintaan pasar yang cepat. Kemampuan berinovasi dan berpikir kritis adalah inti dari proses diversifikasi produk, membantu UMKM untuk mengidentifikasi celah dalam pasar dan menciptakan solusi yang unik, yang pada gilirannya memperkuat posisi mereka dalam sektor kreatif yang sangat kompetitif. Dengan beragam produk, mereka dapat lebih fleksibel dalam menghadapi perubahan pasar dan merespons peluang baru, memastikan pertumbuhan dan keberlanjutan bisnis mereka.

Atas dasar hal tersebut, pelatihan dalam pengabdian masyarakat FEB UB ini juga membahas mengenai keterampilan berpikir kritis dan riset pasar. Tim pengabdian masyarakat mendorong keterampilan tersebut dengan mengajarkan keterampilan berpikir kreatif yang membahas konsep dasar kreativitas dan teknik berpikir lateral untuk memunculkan ide-ide inovatif. Kreativitas menjadi dasar utama dalam menciptakan produk atau jasa yang berbeda dan menarik bagi pasar. Selanjutnya untuk melengkapi kemampuan riset pasar, pelatihan ini juga penekanan pada pemahaman konsep dasar riset pasar dan metode untuk mengumpulkan dan menganalisis data pasar. Hal tersebut dapat membantu UMKM memahami kebutuhan pelanggan, identifikasi persaingan, dan mengukur potensi pasar. Selanjutnya dalam pelatihan ini juga mencakup studi kasus dan latihan praktis untuk mengaplikasikan pengetahuan ini dalam konteks nyata. Melalui kasus-kasus praktis dan pelatihan langsung yang dikemas dalam *Focus Group Discussion (FGD)*, UTBEX Indonesia dapat memahami cara berpikir kreatif dan riset pasar yang dapat diterapkan dalam pengembangan produk atau jasa yang berhasil dan relevan. Dengan berfokus pada tiga poin utama tersebut, pelatihan ini memberikan alat dan pengetahuan yang diperlukan untuk meningkatkan kemampuan inovasi mereka dan memahami pasar dengan lebih baik.

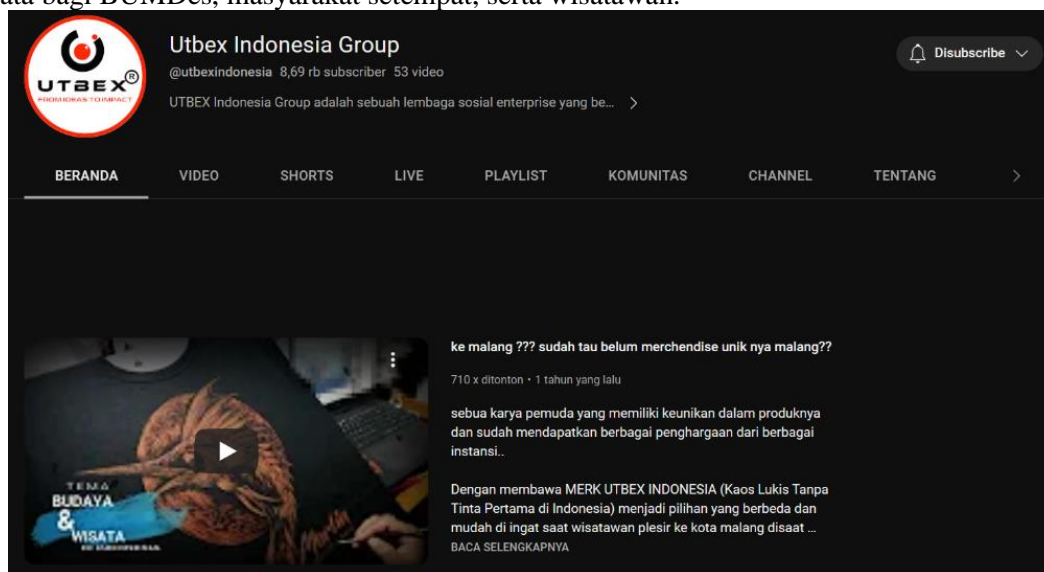


Gambar 2. Proses FGD dengan tim UTBEX Indonesia



Gambar 3. Dokumentasi Kegiatan Pelatihan Pengembangan Produk dan Perencanaan Keuangan

Selain itu, materi pengembangan produk dalam pengabdian masyarakat ini juga membahas mengenai proses penciptaan citra merk yang kuat dan berbeda untuk pasar. Saat ini UTBEX Indonesia telah memiliki keunikan produk (*product differentiation*) yang tergambar dari produk mereka yang mengusung kaos lukis tanpa menggunakan tinta. Terlebih dengan inovasinya yang menggunakan kaos khusus dari serat bambu dan racikan bahan kimia, seharusnya mampu menjadi unique selling point dari produk ini untuk semakin dikenal masyarakat. Meskipun demikian, hingga saat ini produk unggulan UTBEX Indonesia tersebut masih belum mampu bersaing dengan para kompetitor. Berdasarkan hasil Focus Group Discussion (FGD) dengan mereka, diketahui bahwa salah satu penyebab dari permasalahan tersebut adalah pemasaran yang masih belum optimal, khususnya dalam pemasaran digital agar pelaksanaan aksi pengabdian tepat sasaran dan dapat bermanfaat secara nyata bagi BUMDes, masyarakat setempat, serta wisatawan.



Gambar 4. Youtube UTBEX Indonesia

Pada dasarnya pemasaran digital merupakan strategi penting bagi UMKM untuk menjangkau konsumen lebih luas secara online. Perubahan pola perilaku konsumen yang semakin menuntut kemudahan akses, ulasan pelanggan, penawaran khusus, dan personalisasi sudah sepatutnya direspon oleh UTBEX Indonesia sebagai sebuah peluang untuk meningkatkan pemasaran digital. Oleh karena itu, pengabdian ini memberikan pengajaran juga berkaitan dengan pemasaran digital khususnya dalam memanfaatkan platform seperti media sosial untuk mempromosikan produk mereka. Dengan biaya yang seringkali lebih terjangkau dibandingkan dengan iklan konvensional, pemasaran digital memungkinkan UMKM untuk bersaing dengan bisnis yang lebih besar dan mencapai target pasar yang lebih spesifik, sehingga dapat meningkatkan visibilitas, pertumbuhan bisnis, dan meningkatkan penjualan secara signifikan dalam dunia yang semakin terhubung secara digital. Melalui pelatihan tersebut, UTBEX Indonesia mampu menghasilkan video *branding* sebagai bagian dari pemasaran digital serta media sosial dalam bentuk youtube untuk meningkatkan *engagement* dengan para konsumen.

### ***Pelatihan Perencanaan dan Pengelolaan Keuangan***

Selain materi pengembangan produk, dalam pengabdian masyarakat oleh FEB UB juga terdapat pelatihan perencanaan dan pengelolaan keuangan. Pada dasarnya, perencanaan dan pengelolaan keuangan merupakan aspek yang vital untuk UMKM karena dapat membantu mereka dalam melakukan perencanaan, pengawasan, dan pengendalian dana yang tersedia. Hal tersebut memungkinkan UMKM untuk mengelola keuangan mereka dengan lebih efisien, menghindari utang yang tidak perlu, dan memaksimalkan profitabilitas. Selain itu, dengan perkembangan akses digital dalam beberapa waktu terakhir, sudah seharusnya para UMKM mengadaptasi pola perencanaan dan pengelolaan keuangan secara digital karena pola ini mampu menawarkan beberapa keunggulan jika dibandingkan dengan cara konvensional, seperti keunggulan akses real-time ke data finansial dan analisis yang lebih mendalam sehingga memungkinkan pengambilan keputusan yang lebih cepat dan tepat. Selain itu, itu juga seringkali lebih efisien dalam hal pengurangan biaya operasional dan otomatisasi

proses keuangan. Meskipun demikian, UTBEX Indonesia masih belum mampu menggunakan perencanaan dan pengelolaan keuangan secara digital. Oleh karena itu, pelatihan yang dilakukan dalam pengabdian masyarakat oleh FEB UB berfokus pada cara merencanakan dan melakukan pengelolaan keuangan secara digital.

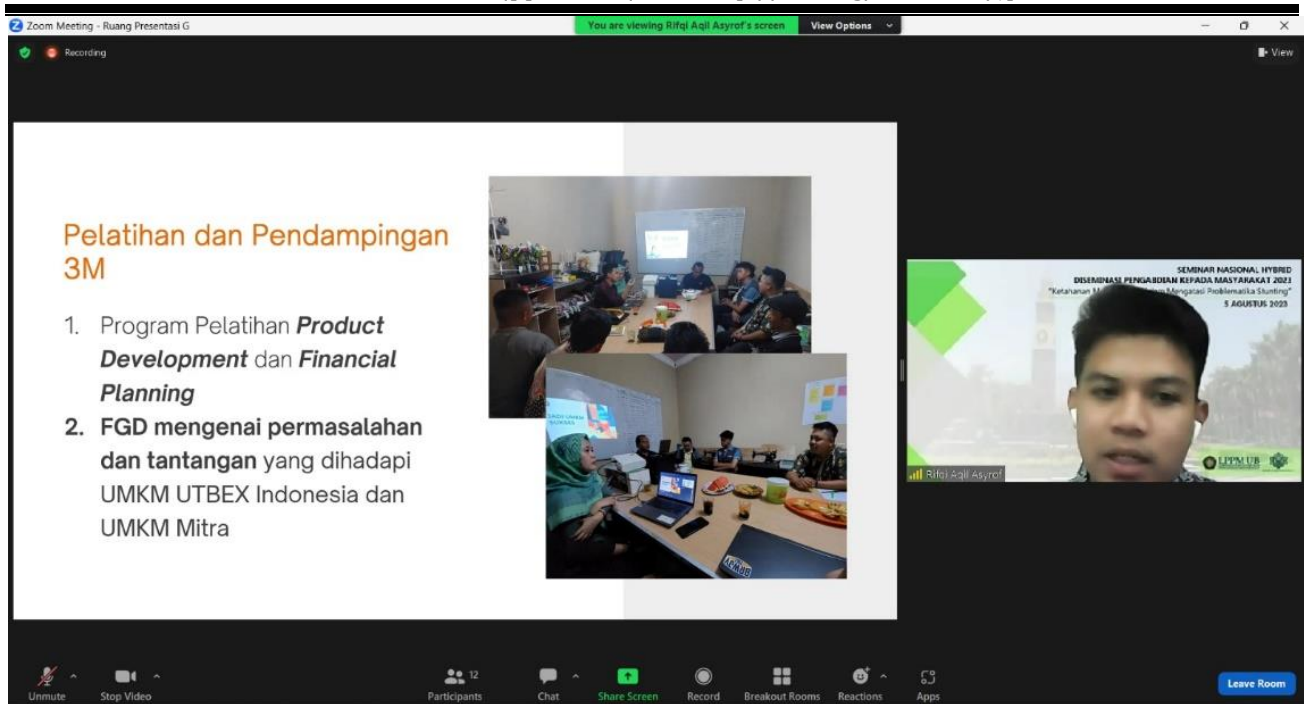
Pelatihan yang dilakukan mencakup pembuatan anggaran dan perencanaan keuangan jangka pendek dan jangka panjang, pencatatan keuangan, analisis keuangan, dan manajemen kas. Pembuatan anggaran dan perencanaan keuangan secara digital dapat memudahkan UTBEX Indonesia untuk merencanakan, melacak, dan mengelola keuangan mereka secara lebih efisien. Pembuatan anggaran dapat memberikan panduan dalam mengendalikan pengeluaran dan mengalokasikan sumber daya ke area yang paling penting. Di sisi lain, perencanaan jangka pendek juga dapat membantu dalam mengatasi tantangan dan peluang yang muncul dalam waktu dekat, seperti mengelola stok dan inventaris, menghadapi fluktuasi pasar, atau mengoptimalkan operasi harian. Sementara perencanaan jangka panjang mencakup visi yang lebih luas untuk pertumbuhan dan pengembangan bisnis, termasuk ekspansi ke pasar baru atau diversifikasi produk. Dalam upaya meningkatkan efisiensi dalam proses ini, UTBEX Indonesia didorong untuk mengadopsi perangkat lunak dan alat digital yang sesuai, seperti perangkat lunak akuntansi dan aplikasi perencanaan keuangan, untuk mempermudah pelaporan keuangan, pemantauan real-time, dan analisis data yang akurat guna membuat keputusan yang didasari oleh data. Dengan demikian, UTBEX Indonesia dapat semakin mengoptimalkan sumber daya finansial mereka, meningkatkan ketahanan keuangan, dan mencapai pertumbuhan yang berkelanjutan dalam dunia digital yang terus berkembang.

Selain itu, dibahas juga materi analisis keuangan yang penting untuk memberikan pemahaman mendalam tentang kesehatan finansial dan kinerja bisnis mereka, utamanya secara digital. Dengan data keuangan yang akurat, UTBEX Indonesia dapat membuat keputusan yang lebih baik, seperti pengelolaan arus kas yang tepat, penentuan harga produk atau jasa yang optimal, serta perencanaan pertumbuhan bisnis yang cerdas. Untuk melakukan analisis keuangan yang efektif, UTBEX Indonesia perlu secara rutin menyusun laporan keuangan, seperti neraca, laporan laba rugi, dan laporan arus kas, dan kemudian menganalisis data ini untuk memahami kinerja mereka. Selain itu, mereka dapat menggunakan rasio keuangan, seperti rasio likuiditas dan profitabilitas, untuk mengukur efisiensi dan profitabilitas bisnis mereka. Analisis keuangan juga membantu mereka untuk menarik investasi, mengelola utang dengan bijak, dan mencapai pertumbuhan bisnis yang berkelanjutan. Dengan fokus pada analisis keuangan, mereka dapat memperkuat fondasi finansial mereka dan meningkatkan kemungkinan kesuksesan dalam dunia bisnis yang berubah dengan cepat.

Terakhir, dalam pengabdian masyarakat FEB UB diajarkan juga cara melakukan manajemen kas agar UTBEX Indonesia dapat melakukan pengelolaan aliran kas dengan baik untuk memastikan bahwa usaha mereka memiliki likuiditas yang cukup untuk memenuhi kewajiban finansialnya, membayar gaji, membeli bahan baku, dan mengatasi situasi darurat. Secara umum, UMKM yang baik dalam manajemen kas dapat lebih efisien dalam mengalokasikan dana dan merespons perubahan pasar atau perubahan kondisi ekonomi. Untuk melakukan manajemen kas yang efektif, UTBEX Indonesia perlu memiliki pemahaman yang baik tentang sumber dan penggunaan kas, perencanaan anggaran dengan cermat, pemantauan arus kas secara berkala, dan kedisiplinan dalam mengelola utang. Dengan manajemen kas yang baik, UTBEX Indonesia dapat memastikan kelangsungan bisnis mereka dan memiliki fondasi yang kuat untuk pertumbuhan jangka panjang.

### ***Presentasi pada Seminar***

Sebagai salah satu luaran dari kegiatan pengabdian ini, telah dilakukan presentasi pada SEMINAR NASIONAL Diseminasi Pengabdian kepada Masyarakat yang diadakan oleh Pusat Studi SMONAGENES Universitas Brawijaya pada tanggal 5 Agustus 2023. Pada kesempatan presentasi, pengabdi menyampaikan potensi-potensi yang dimiliki oleh Desa Sidomulyo beserta cara pemaksimalan potensi tersebut yang dapat dilakukan melalui BUMDes. Dengan hadirnya beberapa peserta dari pengabdian lainnya, pengabdi juga mendapat berbagai masukan yang bermanfaat bagi keberlangsungan kegiatan pengabdian seperti publikasi konten media sosial yang bisa dilakukan pada berbagai platform.



Gambar 5. Presentasi Tim Pengabdian pada Seminar

## V. KESIMPULAN

Berdasarkan uraian di atas maka dapat disimpulkan bahwa guna mengatasi permasalahan UMKM UTBEX Indonesia dalam meningkatkan skala usaha, pengabdian masyarakat FEB UB melakukan program pelatihan dan pendampingan 3M yang mencakup modal, manajemen, dan marketing. Dalam prosesnya, UTBEX Indonesia diberikan pelatihan mengenai pengembangan produk serta perencanaan dan pengelolaan keuangan. Kedua materi tersebut dikemas dalam focus group discussion (FGD) agar dapat berfokus pada proses penyelesaian masalah yang lebih mendalam. Melalui program pengabdian masyarakat ini diharapkan UTBEX Indonesia dapat semakin berkembang sehingga dapat meningkatkan skala usaha mereka.

Adapun yang menjadi saran dalam pengabdian ini ialah diperlukan adanya peningkatan pengembangan produk dan pengelolaan keuangan utamanya secara digital sehingga UTBEX Indonesia dapat semakin berkembang yang ditandai dengan peningkatan skala usaha UMKM.

## UCAPAN TERIMA KASIH (jika ada)

Penulis mengucapkan terima kasih kepada Fakultas Ekonomi dan Bisnis, Universitas Brawijaya yang telah mendanai kegiatan pengabdian ini melalui Skema Abdi Dharma. Penulis juga mengucapkan terima kasih kepada Publication Center FEB UB yang telah banyak membantu dalam perbaikan teknis naskah ini.

## DAFTAR PUSTAKA

- CNN Indonesia, (2021, August 20). 7 Kota Wisata di Indonesia Yang Terkenal. Retrieved April 28, 2023, from <https://www.cnnindonesia.com/gaya-hidup/20210729141352-275-673844/7-kota-wisata-di-indonesia-yang-terkenal/2>
- Stiadi, M., Herlinudinkhaji, D., Ariyanti, Y. D. P., & Erwanti, N. (2021). Pelatihan Pemanfaatan Digital Marketing Dalam Pengembangan Pemasaran Bagi Pelaku UMKM. *Bakti Banua: Jurnal Pengabdian kepada Masyarakat*, 2(1), 8-11.