

Penguatan Kapasitas UMKM Melalui Program *Go Digital, Go Green, Go Impact*

¹⁾Abdul Ghofar*, ²⁾Helmy Adam, ³⁾Citra Rahayu Indraswari, ⁴⁾Sapto Wasono Soebagio, ⁵⁾Areta Widy Kusumadewi, ⁶⁾Laila Fitriyah LH, ⁷⁾Muhammad Fajrul Islam, ⁸⁾Wahyu Kartika Larasati, ⁹⁾Rika Nur Widiastutik

^{1,2,5,8,9)}Departemen Akuntansi, Fakultas Ekonomi dan Bisnis, Universitas Brawijaya, Indonesia

³⁾Departemen Ilmu Ekonomi, Fakultas Ekonomi dan Bisnis, Universitas Brawijaya, Indonesia

⁴⁾PT. Terminal Petikemas Surabaya, Surabaya, Indonesia

⁶⁾Departemen Bisnis dan Hospitality, Fakultas Vokasi, Universitas Brawijaya, Indonesia

⁷⁾Departemen Manajemen, Fakultas Ekonomi, Universitas Pendidikan Ganesha, Indonesia

Email Corresponding: ghofar@ub.ac.id

INFORMASI ARTIKEL	ABSTRAK
Kata Kunci: Transformasi digital Literasi keuangan UMKM Keberlanjutan	Transformasi digital menjadi kebutuhan bagi usaha mikro, kecil, dan menengah (UMKM) untuk meningkatkan daya saing. Sebagian besar UMKM di sekitar kawasan Pelabuhan Tanjung Perak Surabaya masih menghadapi keterbatasan dalam literasi digital, pengelolaan keuangan, pemasaran digital, dan penerapan praktik usaha berkelanjutan. Program pengabdian ini bertujuan untuk meningkatkan kapasitas UMKM melalui pendekatan kolaboratif antara perguruan tinggi, industri, dan masyarakat. Metode pelaksanaan menggunakan pendekatan kolaborasi partisipatif yang terdiri atas tahap identifikasi kebutuhan mitra, penyusunan modul, pelatihan, pendampingan, serta evaluasi kegiatan. Hasil pelaksanaan menunjukkan bahwa program berhasil mengidentifikasi empat kebutuhan utama UMKM, yaitu peningkatan literasi digital, penguatan pengelolaan keuangan, optimalisasi pemasaran digital, dan pengembangan praktik usaha ramah lingkungan. Program juga menghasilkan modul pelatihan, peta kebutuhan UMKM, serta model pendampingan berbasis komunitas yang menjadi dasar keberlanjutan program pada tahap berikutnya. Kolaborasi kampus dan industri memberikan fondasi yang kuat dalam mempercepat transformasi digital UMKM sekaligus mendukung pengembangan usaha yang adaptif, inklusif, dan berkelanjutan.
Keywords: Digital transformation Financial literacy MSMEs Sustainability	ABSTRACT Digital transformation has become essential for micro, small, and medium-sized enterprises (MSMEs) to enhance their competitiveness. Most MSMEs in the vicinity of the Tanjung Perak Port in Surabaya still face limitations in digital literacy, financial management, digital marketing, and the implementation of sustainable business practices. This community service program aims to build the capacity of MSMEs through a collaborative approach involving universities, industry, and the community. The implementation method employs a participatory collaboration approach consisting of the following stages: identifying partner needs, developing training modules, conducting training, providing mentoring, and evaluating activities. The results show that the program successfully identified four key needs of MSMEs: improving digital literacy, strengthening financial management, optimizing digital marketing, and developing environmentally friendly business practices. The program also produced training modules, a map of SME needs, and a community-based mentoring model that will serve as the foundation for the program's sustainability in the next phase. The collaboration between universities and industry provides a strong foundation for accelerating the digital transformation of SMEs while supporting the development of adaptive, inclusive, and sustainable businesses.

This is an open access article under the [CC-BY-SA](https://creativecommons.org/licenses/by-sa/4.0/) license.



I. PENDAHULUAN

Transformasi digital telah menjadi salah satu agenda penting dalam pengembangan ekonomi lokal dan nasional (Rohayati et al., 2024). Perubahan perilaku konsumen, perkembangan teknologi informasi, serta meningkatnya penggunaan platform digital mendorong pelaku usaha untuk beradaptasi dengan pola bisnis yang lebih terbuka, cepat, dan berbasis data (Amory dan Mudo, 2025; Arif et al., 2025). Bagi usaha mikro, kecil, dan menengah (UMKM), transformasi digital tidak hanya berkaitan dengan penggunaan perangkat teknologi, tetapi juga mencakup kemampuan memanfaatkan teknologi untuk pemasaran, pencatatan keuangan, komunikasi pelanggan, serta pengambilan keputusan usaha. UMKM memiliki peran penting dalam menggerakkan ekonomi masyarakat karena menjadi sumber penghidupan, lapangan kerja, dan aktivitas ekonomi lokal (Evinita et al., 2025; Zulkarnaen et al., 2026). Beberapa UMKM masih menghadapi keterbatasan dalam literasi digital dan literasi keuangan, terutama pada konteks digitalisasi. Penelitian Zahoor et al. (2023) menunjukkan bahwa literasi pelaku usaha menjadi salah satu fondasi penting dalam proses transformasi digital UMKM. Lebih lanjut, studi Anatan & Nur (2023) pada UMKM Indonesia juga menunjukkan bahwa kesiapan transformasi digital dipengaruhi oleh persepsi terhadap peluang, hambatan, serta kebutuhan transfer pengetahuan yang sesuai dengan kondisi pelaku usaha.

Kawasan sekitar Pelabuhan Tanjung Perak Surabaya merupakan wilayah dengan aktivitas ekonomi dan logistik yang tinggi (Ginting et al., 2025). Keberadaan pelabuhan memberi peluang ekonomi bagi masyarakat, tetapi juga menghadirkan tantangan sosial, ekonomi, dan lingkungan. Pelaku UMKM di sekitar kawasan pelabuhan berpotensi berkembang melalui pemanfaatan teknologi digital, tetapi masih memerlukan penguatan kapasitas dalam pemasaran digital, pencatatan keuangan sederhana, dan manajemen usaha dasar. Kebutuhan tersebut sejalan dengan laporan akhir kegiatan yang mengidentifikasi bahwa UMKM sasaran membutuhkan penguatan pada aspek literasi digital, pencatatan keuangan, pemasaran berbasis media digital, dan pengelolaan usaha. Lebih lanjut, selain digitalisasi penguatan literasi keuangan juga menjadi kebutuhan strategis bagi UMKM. Literasi keuangan berperan dalam membantu pelaku usaha memahami pencatatan pemasukan dan pengeluaran, pemisahan keuangan pribadi dan usaha, perencanaan modal kerja, serta evaluasi kinerja usaha. Dalam literatur ekonomi, literasi keuangan dipandang sebagai bentuk investasi pengetahuan yang memengaruhi kemampuan individu atau pelaku usaha dalam mengambil keputusan keuangan yang lebih baik (Lusardi & Mitchell, 2014). Dalam konteks UMKM, pemahaman keuangan yang memadai dapat memperkuat keberlanjutan usaha dan meningkatkan kesiapan pelaku usaha menghadapi risiko pasar.

Program *Go Digital, Go Green, Go Impact* dirancang sebagai bentuk kolaborasi antara Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Brawijaya (FEB UB) dan PT Terminal Petikemas Surabaya (Pelindo). Kolaborasi universitas dengan Dunia Usaha Dunia Industri (DUDI) dipandang sebagai mekanisme penting untuk mempertemukan kapasitas akademik, sumber daya industri, dan kebutuhan masyarakat. Dalam *university-industry collaboration* menekankan bahwa kerja sama kampus dan industri dapat menjadi sarana pertukaran pengetahuan, inovasi, dan peningkatan dampak sosial (Ankrah & Al-Tabbaa, 2015; Perkmann & Walsh, 2007). Hasil identifikasi kebutuhan menunjukkan bahwa sebagian besar pelaku UMKM belum memiliki identitas digital, belum memanfaatkan pembayaran digital, serta belum mampu mengoptimalkan media sosial sebagai sarana pemasaran. Lebih lanjut, UMKM masih menggabung antara keuangan pribadi dan usaha sehingga mengalami kesulitan dalam mengevaluasi kinerja usahanya. Dari sisi keberlanjutan, penggunaan kemasan ramah lingkungan dan pengelolaan limbah usaha juga masih belum menjadi perhatian utama. Temuan-temuan tersebut menunjukkan adanya kesenjangan antara kondisi aktual UMKM dengan kondisi ideal yang diharapkan dalam menghadapi transformasi ekonomi digital.

Program ini berfokus pada tiga gagasan utama, pertama *Go Digital* diarahkan pada penguatan literasi digital dan kesiapan UMKM dalam memanfaatkan media digital. Kedua, *Go Green* diarahkan pada pengenalan prinsip keberlanjutan dan praktik usaha yang lebih ramah lingkungan. Ketiga, *Go Impact* diarahkan pada penciptaan dampak nyata melalui pemetaan kebutuhan, penyusunan modul, pendampingan, dan penguatan jejaring kolaboratif. Kegiatan pengabdian ini bertujuan untuk (1) mengidentifikasi permasalahan utama yang dihadapi UMKM di kawasan sekitar Pelabuhan Tanjung Perak Surabaya, (2) mengimplementasikan program peningkatan kapasitas melalui pendekatan *Go Digital, Go Green, Go Impact*, serta (3) menganalisis kontribusi program dalam

memperkuat transformasi digital, pengelolaan usaha, dan kolaborasi kampus–industri sebagai dasar pengembangan program pendampingan yang berkelanjutan.

II. MASALAH

Kegiatan pengabdian kepada masyarakat ini berangkat dari hasil koordinasi awal, observasi lapangan, dan pemetaan kebutuhan UMKM di sekitar kawasan Pelabuhan Tanjung Perak Surabaya. Masalah utama yang ditemukan adalah belum meratanya literasi digital pelaku UMKM, yang dimana sebagian pelaku usaha masih menggunakan pola konvensional dalam memasarkan produk, berkomunikasi dengan pelanggan, dan mencatat transaksi usaha. Kondisi ini menyebabkan jangkauan pasar masih terbatas dan data usaha belum terdokumentasi secara memadai. Permasalahan kedua berkaitan dengan pencatatan keuangan. Pelaku UMKM pada umumnya memiliki motivasi untuk mengembangkan usaha, tetapi belum seluruhnya terbiasa memisahkan keuangan pribadi dan keuangan usaha. Pencatatan pemasukan dan pengeluaran belum dilakukan secara konsisten, sehingga pelaku usaha kesulitan mengetahui laba, kebutuhan modal, serta perkembangan usaha secara periodik. Keterbatasan literasi keuangan ini menjadi hambatan dalam menyusun rencana usaha yang lebih terukur.

Ketiga, perlunya pendampingan kewirausahaan dasar dan penguatan pola pikir adaptif. Transformasi digital tidak cukup dilakukan hanya dengan memperkenalkan teknologi, melainkan memerlukan perubahan *mindset* pelaku usaha dalam memahami pelanggan, memanfaatkan informasi pasar, menyusun strategi promosi, dan mengembangkan nilai tambah produk. Oleh karena itu, kegiatan pengabdian dirancang secara bertahap dan aplikatif agar dapat dipahami peserta dengan latar belakang kemampuan yang beragam. Permasalahan keempat berkaitan dengan keberlanjutan lingkungan. Aktivitas ekonomi di kawasan pelabuhan berlangsung dalam ekosistem industri dan logistik yang padat. Masyarakat dan pelaku UMKM perlu memperoleh pemahaman mengenai praktik usaha yang lebih efisien, pengurangan limbah, penggunaan sumber daya secara bijak, serta pentingnya menjaga lingkungan sekitar. Prinsip *green innovation* dan *eco-innovation* dalam berbagai penelitian menunjukkan hubungan positif dengan kinerja berkelanjutan UMKM (Oduro, 2024; Rustiarini et al., 2022). Dengan mempertimbangkan permasalahan tersebut, program Go Digital, Go Green, Go Impact disusun sebagai intervensi awal yang memadukan koordinasi mitra, pemetaan kebutuhan, penyusunan materi, dan rencana pendampingan. Fokus program menitikberatkan pada penyampaian pengetahuan, pembangunan fondasi kerja sama dan kesinambungan kegiatan antara perguruan tinggi, mitra industri, mahasiswa, dan masyarakat sasaran.

III. METODE

Kegiatan pengabdian ini menggunakan pendekatan *Participatory Action Research* (PAR) yang menempatkan masyarakat, pelaku UMKM, perguruan tinggi, dan mitra industri sebagai aktor yang terlibat secara aktif dalam setiap tahapan kegiatan. Pendekatan PAR dipilih karena berorientasi pada penyelesaian masalah melalui transfer pengetahuan dan partisipasi aktif mitra dalam mengidentifikasi permasalahan, merancang solusi, mengimplementasikan program, serta mengevaluasi hasil kegiatan secara bersama-sama. Dalam kegiatan ini, tim pengabdian berperan sebagai fasilitator dan pendamping, sedangkan pelaku UMKM dan PT Terminal Petikemas Surabaya berperan sebagai mitra yang terlibat dalam proses identifikasi kebutuhan, validasi permasalahan, implementasi pelatihan, dan penyusunan rencana tindak lanjut.

Kegiatan dilaksanakan di kawasan sekitar Pelabuhan Tanjung Perak melalui kerja sama antara Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Brawijaya dan PT Terminal Petikemas Surabaya (PT. TPS). Sasaran kegiatan adalah pelaku UMKM yang menjalankan usaha di sekitar wilayah operasional pelabuhan dan masyarakat produktif yang memiliki potensi mengembangkan usaha. Sasaran dipilih karena memiliki potensi ekonomi lokal dan membutuhkan penguatan kapasitas dalam literasi digital, literasi keuangan, kewirausahaan dasar, serta praktik usaha berkelanjutan. Pelaksanaan kegiatan berlangsung pada Desember 2025 hingga Mei 2026 yang melibatkan dosen, mahasiswa, mitra industri, dan pelaku UMKM dalam setiap tahapan program.

Pelaksanaan kegiatan mengikuti empat tahapan utama dalam pendekatan PAR, yaitu *planning*, *action*, *evaluation*, dan *reflection*. Pendekatan ini menempatkan perguruan tinggi, mitra industri, mahasiswa, dan masyarakat sasaran sebagai pihak yang terlibat aktif dalam setiap tahapan kegiatan. Tahapan pelaksanaan dapat diringkas sebagai berikut:

Tabel 1. Tahapan pelaksanaan kegiatan

No.	Tanggal	Kegiatan	Output
1	10 Desember 2025	Rapat internal tim pengabdian	Rencana kerja dan pembagian peran tim
2	18 Desember 2025	Koordinasi awal dengan PT Pelindo	Kesepahaman tujuan dan tahapan program
3	15 Januari 2026	Identifikasi wilayah dan sasaran kegiatan	Data awal wilayah, masyarakat, dan UMKM sasaran
4	29 Januari 2026	Observasi lapangan	Data kondisi UMKM dan kebutuhan awal
5	19 Februari 2026	Pemetaan permasalahan UMKM	Peta masalah literasi digital dan kewirausahaan
6	12 Maret 2026	Diskusi hasil observasi dan pemetaan	Fokus intervensi Tahun I
7	16 April 2026	Penyusunan kerangka modul pelatihan	Draft modul pelatihan
8	14 Mei 2026	Pelaksanaan pelatihan dan pendampingan	Tindak lanjut pendampingan

IV. HASIL DAN PEMBAHASAN

a. Pelaksanaan Kegiatan Pengabdian

Program pengabdian terlaksana melalui beberapa tahapan yang saling berkaitan. Rapat internal tim menghasilkan pembagian peran dan rencana kerja. Koordinasi awal dengan PT Terminal Petikemas Surabaya menghasilkan kesepahaman mengenai arah program, sasaran kegiatan, serta fokus penguatan kapasitas masyarakat sekitar pelabuhan. Kegiatan selanjutnya berupa identifikasi wilayah dan observasi lapangan untuk memperoleh gambaran awal mengenai kondisi UMKM dan masyarakat sasaran. Hasil observasi menunjukkan bahwa UMKM sasaran memiliki potensi ekonomi yang masih membutuhkan dukungan dalam pemanfaatan teknologi digital dan pencatatan keuangan. Temuan ini konsisten dengan studi Anatan & Nur (2023) yang menunjukkan bahwa UMKM Indonesia membutuhkan transfer pengetahuan yang relevan untuk meningkatkan kesiapan digital. Selain itu, temuan ini juga mendukung pandangan Krajcik et al. (2023) bahwa literasi digital dan aktivitas transformasi digital merupakan kemampuan dinamis yang dapat berbeda menurut karakteristik pelaku usaha.



Gambar 1. Koordinasi awal dan diskusi program bersama mitra PT Terminal Petikemas Surabaya.



Gambar 2. Pembahasan proses kerjasama FEB UB dengan mitra PT Terminal Petikemas Surabaya

b. Pemetaan Kebutuhan UMKM dan Masyarakat Sasaran

Pemetaan kebutuhan menghasilkan beberapa isu utama. Pertama, UMKM membutuhkan pendampingan penggunaan media digital untuk memperluas pemasaran. Penggunaan media sosial, katalog digital, dan komunikasi pelanggan berbasis aplikasi masih perlu diperkuat. Kedua, UMKM membutuhkan pemahaman dasar tentang pencatatan keuangan. Pemisahan antara keuangan pribadi dan usaha belum sepenuhnya diterapkan, sehingga pelaku usaha belum memiliki data yang memadai untuk menilai perkembangan usahanya. Ketiga, UMKM membutuhkan penguatan kewirausahaan dasar, terutama terkait perencanaan usaha, penentuan harga, pelayanan pelanggan, dan pengembangan produk. Keempat, pelaku usaha perlu dikenalkan pada prinsip keberlanjutan sederhana, seperti efisiensi bahan baku, pengurangan limbah, dan penggunaan kemasan yang lebih ramah lingkungan. Temuan ini relevan dengan Rustiarini et al. (2022) yang menunjukkan bahwa *green innovation* dapat berperan dalam meningkatkan keberlanjutan dan kinerja UMKM.

c. Pelatihan dan Pendampingan

Berdasarkan hasil pemetaan, tim menyusun kerangka modul pelatihan yang mencakup literasi digital, kewirausahaan dasar, manajemen keuangan sederhana, dan praktik usaha berkelanjutan. Modul disusun dengan pendekatan praktis agar mudah diterapkan oleh pelaku UMKM. Materi literasi digital diarahkan pada pemanfaatan media sosial, komunikasi pelanggan, dan promosi produk. Materi manajemen keuangan menekankan pencatatan pemasukan dan pengeluaran, pengelompokan biaya, serta pemisahan keuangan pribadi dan usaha. Tahap awal difokuskan pada pengenalan konsep dan praktik sederhana, sedangkan tahap berikutnya diarahkan pada penerapan digital marketing, pencatatan keuangan berbasis format sederhana, dan pendampingan pengembangan usaha. Pendekatan bertahap ini penting karena digital transformation pada UMKM tidak terjadi secara instan, melainkan membutuhkan kesiapan pengetahuan, kemampuan teknis, dan perubahan perilaku usaha (Zahoor et al., 2023).

Pelatihan diawali dengan penguatan kewirausahaan dasar sebagai fondasi dalam membangun kemampuan peserta mengelola usaha secara lebih terencana. Hasil observasi pada tahap identifikasi kebutuhan menunjukkan bahwa sebagian besar pelaku UMKM telah menjalankan usaha selama beberapa tahun, tetapi pengelolaan bisnis masih berorientasi pada pengalaman sehari-hari tanpa didukung oleh perencanaan usaha yang jelas. Keputusan usaha lebih banyak didasarkan pada intuisi sehingga pelaku usaha belum memiliki target pertumbuhan, strategi pengembangan produk, maupun perencanaan pemasaran yang sistematis. Materi pertama difokuskan pada pembentukan *entrepreneurial mindset* yang menempatkan UMKM sebagai penggerak inovasi, bukan sekadar penjual produk. Diskusi diawali dengan mengenalkan perubahan karakteristik konsumen pada era digital yang menuntut pelaku usaha lebih adaptif terhadap perkembangan pasar. Peserta diajak mengidentifikasi peluang usaha berdasarkan kebutuhan pelanggan, perubahan perilaku konsumen, serta potensi pasar di sekitar kawasan pelabuhan. Sesi berikutnya membahas penyusunan *value proposition* sebagai dasar dalam membangun keunggulan bersaing. Peserta memetakan keunikan produk, manfaat utama yang diterima pelanggan, serta faktor pembeda dibandingkan produk yang lain. Proses ini membantu peserta melihat bahwa persaingan tidak hanya ditentukan oleh harga, tetapi juga oleh nilai yang dirasakan konsumen. Materi kemudian dilanjutkan dengan strategi pelayanan pelanggan, pengelolaan hubungan dengan konsumen, serta penyusunan rencana pengembangan usaha yang realistis sesuai kapasitas masing-masing UMKM. Hasil observasi selama pelatihan memperlihatkan perubahan cara pandang peserta terhadap pengelolaan usaha. Pada awal kegiatan, sebagian besar peserta menganggap usaha hanya sebagai aktivitas untuk memperoleh pendapatan harian. Setelah mengikuti diskusi dan latihan penyusunan model bisnis sederhana, peserta mulai memahami pentingnya menetapkan tujuan usaha, mengenali keunggulan produk, dan menyusun strategi pengembangan jangka panjang. Salah satu peserta merasakan dampak dari pelaksanaan program pengabdian, peserta menyatakan bahwa *"sebelumnya saya hanya berjualan seperti biasa. Setelah pelatihan saya mulai memahami bahwa usaha perlu memiliki target dan strategi agar dapat berkembang"*.

Tabel 2. Perubahan yang diamati tim

No	Sebelum pelatihan	Setelah pelatihan
1	Usaha dijalankan berdasarkan kebiasaan	Mulai merencanakan berdasarkan tujuan
2	Belum mengenali keunggulan produk	Mampu mengidentifikasi nilai tambah produk
3	Media sosial digunakan secara pribadi	Media sosial mulai digunakan untuk promosi usaha

4	Keuangan usaha dan pribadi bercampur	Mulai memisahkan transaksi usaha
5	Tidak mengetahui laba usaha	Mampu menghitung laba sederhana
6	Kemasan dipilih berdasarkan harga	Mulai mempertimbangkan aspek lingkungan
7	Belum memperhatikan limbah	Mulai menerapkan pengurangan limbah sederhana

Lebih lanjut, peserta kegiatan diberikan materi mengenai pemasaran digital, materi ini disampaikan untuk meningkatkan kemampuan peserta dalam memanfaatkan teknologi sebagai sarana memperluas pasar. Hasil observasi awal menunjukkan bahwa promosi produk masih didominasi oleh komunikasi langsung dan pelanggan tetap. Sebagian peserta telah memiliki akun media sosial, tetapi penggunaannya lebih banyak untuk aktivitas pribadi sehingga belum mendukung pemasaran usaha secara optimal. Pelatihan dimulai dengan pembangunan identitas digital usaha melalui penyusunan profil bisnis yang mampu meningkatkan kepercayaan pelanggan. Peserta diperkenalkan dengan pentingnya konsistensi identitas merek, penggunaan logo, informasi usaha, dan deskripsi produk yang jelas. Tahap berikutnya difokuskan pada pemanfaatan sosial media sebagai media untuk meningkatkan visibilitas usaha pada pencarian daring. Sesi praktik memberikan pengalaman langsung kepada peserta dalam membuat konten promosi menggunakan *smartphone*. Peserta mempelajari teknik fotografi produk sederhana, penyusunan caption yang menarik, pemilihan tagar, serta penjadwalan unggahan pada media sosial. Materi kemudian dikembangkan menuju strategi pemasaran digital yang lebih terarah melalui pemanfaatan berbagai platform media sosial sebagai sarana membangun hubungan dengan pelanggan. Observasi selama pelatihan menunjukkan meningkatnya kepercayaan diri peserta dalam menggunakan media digital. Peserta mulai memahami bahwa media sosial bukan hanya ruang komunikasi pribadi, tetapi juga instrumen pemasaran yang mampu memperluas jangkauan konsumen dan memperkuat citra usaha.

Materi berikutnya berkaitan dengan pengelolaan keuangan yang diarahkan untuk memperkuat kemampuan peserta dalam melakukan pencatatan transaksi usaha secara sederhana. Hasil observasi awal menunjukkan bahwa sebagian besar peserta belum memisahkan keuangan pribadi dan usaha sehingga kesulitan mengetahui keuntungan maupun kondisi arus kas usahanya. Materi diawali dengan pengenalan pentingnya pencatatan keuangan sebagai dasar pengambilan keputusan usaha. Peserta kemudian mempraktikkan pencatatan kas masuk dan kas keluar menggunakan format yang sederhana dan mudah diterapkan. Selanjutnya peserta mempelajari cara memisahkan transaksi pribadi dan transaksi usaha, menghitung laba secara sederhana, serta menyusun laporan arus kas harian. Selama praktik, peserta menyadari bahwa pencatatan keuangan tidak memerlukan aplikasi yang rumit, tetapi dapat dimulai melalui format sederhana yang dilakukan secara konsisten. Sesi ini merupakan materi yang sangat menarik perhatian peserta karena sangat dirasakan dampak dari proses pencatatan keuangan. Perubahan ini menunjukkan meningkatnya kesadaran peserta mengenai pentingnya informasi keuangan sebagai dasar evaluasi usaha.

Materi terakhir bertujuan meningkatkan kesadaran peserta mengenai pentingnya keberlanjutan dalam pengelolaan usaha. Diskusi dimulai dengan mengenalkan hubungan antara aktivitas usaha, efisiensi penggunaan sumber daya, dan dampaknya terhadap lingkungan. Peserta memperoleh pemahaman mengenai pengurangan limbah usaha, penggunaan kemasan yang lebih ramah lingkungan, efisiensi penggunaan bahan baku, serta praktik operasional yang lebih bertanggung jawab. Contoh sederhana diberikan agar peserta dapat menerapkan konsep keberlanjutan tanpa menambah beban biaya produksi secara signifikan. Selama sesi diskusi berlangsung, tim pengabdian memperlihatkan perubahan persepsi peserta terhadap konsep usaha berkelanjutan. Pada awal kegiatan, sebagian besar peserta memandang praktik ramah lingkungan hanya relevan bagi perusahaan besar. Setelah mengikuti pelatihan, peserta mulai memahami bahwa perubahan sederhana, seperti mengurangi penggunaan plastik sekali pakai atau memanfaatkan kembali bahan yang masih layak digunakan, dapat memberikan manfaat ekonomi sekaligus lingkungan.

d. Capaian Luaran Kegiatan

Tabel 3. Capaian luaran program Tahun I.

No.	Luaran	Status	Keterangan
1	Koordinasi dan kesepahaman program dengan mitra	Tercapai	Penyelarasan program dengan PT Terminal Petikemas Surabaya telah dilakukan

2	Identifikasi wilayah dan sasaran kegiatan	Tercapai	Tersedia data awal masyarakat dan UMKM sasaran
3	Pemetaan permasalahan UMKM	Tercapai	Masalah utama mencakup literasi digital, pemasaran, pencatatan keuangan, dan manajemen usaha
4	Kerangka modul pelatihan	Tercapai	Modul literasi digital, kewirausahaan dasar, manajemen keuangan sederhana, dan keberlanjutan telah disusun
5	Rencana pendampingan UMKM	Tercapai	Tersusun rencana tindak lanjut berbasis komunitas
6	Dokumentasi kegiatan	Tercapai	Tersedia dokumentasi koordinasi dan diskusi dengan mitra

e. Dampak Program terhadap Kolaborasi Kampus-Industri

Program ini memperkuat hubungan antara FEB UB dan PT Terminal Petikemas Surabaya melalui proses koordinasi, penyelarasan kebutuhan, dan pembagian peran. Universitas berperan dalam penyediaan keahlian akademik, penyusunan materi, dan pendampingan, sedangkan mitra industri mendukung akses lapangan dan pemahaman terhadap kondisi sosial ekonomi masyarakat sekitar wilayah operasional. Model kolaborasi ini sejalan dengan studi Ankras & Al-Tabbaa (2015) yang menyatakan bahwa kerja sama universitas dan industri dapat mendorong pertukaran pengetahuan dan inovasi. Keterlibatan mahasiswa memberikan dampak pembelajaran langsung. Mahasiswa memperoleh pengalaman dalam memahami persoalan UMKM, mengamati dinamika masyarakat, dan mendukung proses dokumentasi serta pengumpulan data. Kegiatan menunjukkan bahwa pengabdian masyarakat berfungsi sebagai ruang integrasi antara pembelajaran, penelitian terapan, dan kontribusi sosial.

f. Hambatan dan Solusi

Hambatan utama dalam pelaksanaan kegiatan adalah penyesuaian jadwal dengan mitra industri dan keterbatasan waktu observasi lapangan. Hambatan tersebut diatasi melalui penjadwalan ulang, komunikasi intensif, dan pemanfaatan diskusi terarah untuk melengkapi data lapangan. Hambatan lain adalah variasi tingkat literasi digital pelaku UMKM. Untuk mengatasinya, materi pelatihan disusun secara bertahap dengan bahasa sederhana, contoh aplikatif, dan rencana pendampingan yang memungkinkan peserta belajar melalui praktik langsung. Hambatan tersebut menunjukkan bahwa program pengabdian masyarakat membutuhkan fleksibilitas pelaksanaan. Kegiatan tidak hanya memerlukan desain akademik, tetapi juga kemampuan menyesuaikan program dengan kondisi mitra dan karakteristik peserta. Oleh karena itu, keberlanjutan program perlu diarahkan pada pendampingan berkala dan penguatan praktik yang mudah diterapkan dalam kegiatan usaha sehari-hari.

V. KESIMPULAN

Program *Go Digital, Go Green, Go Impact* telah dilaksanakan melalui rangkaian kegiatan koordinasi, identifikasi wilayah, observasi lapangan, pemetaan kebutuhan, penyusunan kerangka modul, dan perencanaan pendampingan awal. Kegiatan ini menghasilkan pemahaman yang lebih jelas mengenai kebutuhan UMKM sasaran, terutama pada aspek literasi digital, literasi keuangan, pemasaran digital, kewirausahaan dasar, dan kesadaran keberlanjutan. Kegiatan ini menunjukkan kolaborasi antara FEB UB dan PT Terminal Petikemas Surabaya dapat menjadi model pengabdian masyarakat yang relevan bagi kawasan industri dan pelabuhan. Perguruan tinggi berkontribusi melalui transfer pengetahuan, penyusunan materi, dan pelibatan mahasiswa, sedangkan mitra industri berperan dalam membuka akses lapangan dan mendukung keberlanjutan program. Program ini menjadi fondasi untuk kegiatan lanjutan berupa pelatihan literasi digital, pelaksanaan pendampingan UMKM, penguatan pemasaran digital, pencatatan keuangan sederhana, dan pengembangan komunitas hijau.

Keberhasilan program tercermin dari ketercapaian seluruh tahapan yang telah direncanakan, meliputi penyelesaian pemetaan kebutuhan UMKM, penyusunan modul pelatihan berbasis kebutuhan mitra, pelaksanaan pelatihan dan praktik, serta tersusunnya rencana pendampingan lanjutan. Pendekatan PAR mendorong keterlibatan aktif peserta sejak tahap identifikasi masalah hingga evaluasi kegiatan sehingga materi pelatihan lebih sesuai dengan kondisi usaha yang dihadapi peserta. Pendekatan tersebut juga memperkuat kolaborasi antara perguruan tinggi, mitra industri, mahasiswa, dan pelaku UMKM dalam menghasilkan solusi yang aplikatif. Program ini memberikan fondasi bagi proses transformasi UMKM yang lebih adaptif terhadap perkembangan teknologi digital

dan tuntutan keberlanjutan usaha. Penguatan kapasitas yang telah dilakukan diharapkan menjadi langkah awal bagi peserta untuk mengembangkan strategi bisnis yang lebih kompetitif, memperluas akses pasar melalui platform digital, memperbaiki tata kelola usaha, serta meningkatkan nilai tambah produk. Keberlanjutan program perlu diarahkan pada pendampingan yang lebih intensif melalui monitoring implementasi hasil pelatihan, konsultasi bisnis secara berkala, penguatan komunitas belajar UMKM, serta evaluasi capaian peserta menggunakan indikator yang terukur, seperti tingkat adopsi pemasaran digital, konsistensi pencatatan keuangan, peningkatan penjualan, dan perluasan jaringan pelanggan. Program pengabdian berikutnya juga disarankan mengintegrasikan evaluasi kuantitatif, seperti pre-test dan post-test, agar perubahan pengetahuan, keterampilan, dan perilaku peserta dapat diukur secara lebih objektif dan menjadi dasar penyempurnaan model pendampingan pada periode selanjutnya. Kedepan, program perlu dilanjutkan dengan pelatihan berbasis praktik, monitoring penerapan materi pada UMKM, serta penguatan penggunaan platform digital. Pendampingan pascapelatihan penting dilakukan agar pengetahuan yang diperoleh peserta dapat benar-benar diterapkan dalam aktivitas usaha dan menghasilkan dampak yang lebih terukur.

UCAPAN TERIMA KASIH

Penulis menyampaikan terima kasih kepada Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Brawijaya yang telah memberikan dukungan terhadap pelaksanaan kegiatan pengabdian kepada masyarakat ini. Terima kasih juga disampaikan kepada PT Terminal Petikemas Surabaya (Pelindo) sebagai mitra kegiatan yang telah mendukung proses koordinasi, penyelarasan program, dan pelaksanaan kegiatan di lapangan. Apresiasi diberikan kepada tim dosen, mahasiswa, serta masyarakat dan pelaku UMKM sasaran yang telah berpartisipasi dalam rangkaian kegiatan program Go Digital, Go Green, Go Impact.

DAFTAR PUSTAKA

- Amory, J. D. S., & Mudo, M. (2025). Transformasi ekonomi digital dan evolusi pola konsumsi: Tinjauan literatur tentang perubahan perilaku belanja di era internet. *Jurnal Minfo Polgan*, 14(1), 28-37.
- Arif, M. E., Rofiaty, S. E., Christin Susilowati, S. E., Pradana, B. I., SE, M., & Nanang Suryadi, S. E. (2025). *SUSTAINABLE ENTREPRENEURSHIP Membangun Bisnis Etis dan Bertanggung Jawab*. PT. RajaGrafindo Persada-Rajawali Pers.
- Anatan, L., & Nur. (2023). Micro, small, and medium enterprises' readiness for digital transformation in Indonesia. *Economies*, 11(6), 156. <https://doi.org/10.3390/economies11060156>
- Ankrah, S., & Al-Tabbaa, O. (2015). Universities-industry collaboration: A systematic review. *Scandinavian Journal of Management*, 31(3), 387-408. <https://doi.org/10.1016/j.scaman.2015.02.003>
- Evinita, L. L., Tangkau, J. E. M., Pesak, P. J., & Cahyono, S. (2025). Policy framework to improve MSME competitiveness and financial performance with Indonesia's Asta Cita vision goals. *Journal of Risk and Financial Management*, 18(12), 692.
- Ginting, L. E., Dirhamsyah, D., & Sahid, M. (2025). Peranan Kapal Tol Laut dalam Menunjang Distribusi Logistik pada Daerah Tertinggal oleh PT. Subsea Lintas Globalindo Cabang Tanjung Perak Surabaya. *Kalao's Maritime Journal*, 6(2), 47-59.
- Krajčák, V., Novotný, O., Civelek, M., & Semrádová Zvolánková, S. (2023). Digital literacy and digital transformation activities of service and manufacturing SMEs. *Journal of Tourism and Services*, 14(26), 242-262. <https://doi.org/10.29036/jots.v14i26.551>
- Lusardi, A., & Mitchell, O. S. (2014). The economic importance of financial literacy: Theory and evidence. *Journal of Economic Literature*, 52(1), 5-44. <https://doi.org/10.1257/jel.52.1.5>
- Oduro, S. (2024). Eco-innovation and SMEs' sustainable performance: A meta-analysis. *European Journal of Innovation Management*, 27(9), 248-279. <https://doi.org/10.1108/EJIM-11-2023-0961>
- Perkmann, M., & Walsh, K. (2007). University-industry relationships and open innovation: Towards a research agenda. *International Journal of Management Reviews*, 9(4), 259-280. <https://doi.org/10.1111/j.1468-2370.2007.00225.x>
- Rohayati, Y., & Abdillah, A. (2024). Digital transformation for era society 5.0 and resilience: Urgent issues from Indonesia. *Societies*, 14(12), 266.
- Rustiarini, N. W., Yuesti, A., Gama, A. W. S., & Sudiartana, I. M. (2022). Does green innovation improve SME performance? *Economies*, 10(12), 316. <https://doi.org/10.3390/economies10120316>

- Velez-Rolon, A. M., Mendez-Pinzon, M., & Acevedo, O. L. (2020). Open innovation community for university-industry knowledge transfer: A Colombian case. *Journal of Open Innovation: Technology, Market, and Complexity*, 6(4), 181. <https://doi.org/10.3390/joitmc6040181>
- Zahoor, N., Zopiatas, A., Adomako, S., & Lamprinakos, G. (2023). The micro-foundations of digitally transforming SMEs: How digital literacy and technology interact with managerial attributes. *Journal of Business Research*, 159, 113755. <https://doi.org/10.1016/j.jbusres.2023.113755>
- Zulkarnaen, A., Hendratni, T. W., Sawitri, I., Maulidina, S. H., Minarsih, A., & Daru, R. S. (2026). *PENGEMBANGAN UMKM: Konsep, Teori, dan Implementasi di Indonesia*. Tren Digital Publishing.