e-ISSN: 2622-9978
BULETIN ILMIAH NAGARI MEMBANGUN

Penguatan Digitalisasi Keuangan, Branding Digital, Dan Literasi Pajak Pada UMKM Kerajinan Rumah Bagonjong Handmade di Bukittinggi

Strengthening Financial Digitalization, Digital Branding, and Tax Literacy for the Rumah Bagonjong Handmade Craft MSME in Bukittinggi

Silmi[1*)], Verni Juita[1], Jefril Rahmadoni[2], Kevry Ramdany[1], Nadya Putri Nasha[1], Aidah Fikriyyah[1], Bunga Shafira[1]

[1] Department of Accounting, Faculty of Economics and Business, Universitas Andalas, Padang, Indonesia

[2] Department of Information Systems, Faculty of Information Technology, Universitas Andalas, Padang, Indonesia

[*)] Email Korespondensi: silmi@eb.unand.ac.id

ABSTRACT

Rumah Bagonjong Handmade, a micro, small, and medium-sized enterprise (MSME) in Bukittinggi City, Indonesia, faces challenges in business management, particularly in financial record-keeping, tax compliance, and brand identity, which limit its competitiveness in the digital economy. This community engagement program aimed to strengthen the enterprise's managerial capacity through training and mentoring in digital financial management using the Sistem Informasi Aplikasi Pencatatan Informasi Keuangan (SIAPIK), tax administration, and branding development. Implemented from September to November 2025, the program consisted of four stages: needs assessment, two intensive training sessions, on-site implementation mentoring, and periodic monitoring and evaluation. The intervention resulted in significant improvements in business management capacity. The enterprise successfully transitioned from manual bookkeeping to digital financial recording using the SIAPIK application, enabling the independent preparation of monthly balance sheets and income statements. Tax literacy also improved, particularly regarding the regulations and calculation procedures for the 0.5% final income tax scheme applicable to MSMEs. In the marketing domain, the program transformed the enterprise's social media into an active promotional platform through the adoption of a new visual brand identity that reflects the uniqueness of local products and the development of independently managed digital content. To ensure the sustainability of program outcomes, strategic production equipment including an overlock machine, a computerized embroidery machine, a cutting table, and a multifunction sewing machine was provided. These assets contributed to improved production capacity, operational efficiency, and the long-term sustainability of the enterprise.

Keywords:*MSME; SIAPIK; Taxation; Branding; Business Mentoring*

Received | November 23, 2025; Accepted | June 29, 2026; Published | June 30, 2026
Buletin Ilmiah Nagari Membangun. 9(2): 2026
[*)] Correspondence | Silmi, Department of Accounting, Faculty of Economics and Business, Universitas Andalas, Padang, Indonesia.
Email | silmi@eb.unand.ac.id
DOI | https://doi.org/10.25077/bina.v9i2
ISSN (Online) | 2622-9978

CC BY-SA 4.0
Copyright © 2026 by Authors. Published by Lembaga Penelitian dan Pengabdian kepada Masyarakat (LPPM) Universitas Andalas.
This article is an open-access article distributed under the terms and conditions of the Creative Commons Attribution (CC-BY-SA 4.0) International License (https://creativecommons.org/licenses/by-sa/4.0/)

PENDAHULUAN

UMKM merupakan sektor strategis yang memiliki kontribusi besar terhadap pembangunan ekonomi nasional, terutama dalam menciptakan lapangan kerja, meningkatkan pendapatan masyarakat, dan memperkuat perekonomian daerah. Data Kementerian UMKM Republik Indonesia menunjukkan bahwa kontribusi UMKM terhadap Produk Domestik Bruto (PDB) nasional berada pada kisaran 58%-61% sepanjang periode 2020–2024, dengan kontribusi sebesar 59,64% pada tahun 2024. Selain itu, UMKM berperan penting dalam penyerapan tenaga kerja dengan jumlah pekerja mencapai 121,8 juta orang. Namun, pemanfaatan teknologi digital pada UMKM masih relatif rendah. Data Kementerian Komunikasi dan Informatika Republik Indonesia menunjukkan bahwa baru sekitar 21 juta dari 64 juta UMKM yang telah memanfaatkan teknologi digital dalam kegiatan usahanya. Kondisi ini menyebabkan banyak UMKM masih menghadapi kendala dalam pencatatan keuangan, kepatuhan perpajakan, dan penguatan identitas merek digital.

Permasalahan utama mitra dalam aspek keuangan adalah rendahnya literasi akuntansi dan kurangnya kedisiplinan pencatatan transaksi yang masih manual, sehingga menghambat penilaian arus kas dan penentuan Harga Pokok Produksi (HPP). Menurut (Bahari, Rahmi, Rahmadoni, & Anwar, 2022), keterbatasan kemampuan dalam menyusun laporan keuangan berdampak langsung pada kemampuan UMKM untuk berkembang, karena laporan yang tidak akurat menghambat akses pembiayaan dan pengambilan keputusan berbasis data. Sebagai solusi, (Inuzula, Ginting, & Andriyani, 2025) menegaskan bahwa penerapan sistem keuangan digital mampu meningkatkan akurasi, efisiensi, dan kualitas pengelolaan keuangan UMKM. Salah satu solusi yang dapat digunakan adalah aplikasi SIAPIK (Sistem Informasi Aplikasi Pencatatan Informasi Keuangan) yang dikembangkan oleh Bank Indonesia untuk membantu UMKM melakukan pencatatan keuangan secara digital dan sederhana. Namun, rendahnya pengetahuan dan keterampilan pelaku usaha dalam mengoperasikan aplikasi tersebut menyebabkan tingkat pemanfaatannya belum optimal, sehingga pelatihan dan pendampingan penggunaan SIAPIK menjadi langkah penting dalam meningkatkan kapasitas pengelolaan keuangan UMKM.

Selain pencatatan keuangan, aspek kepatuhan pajak juga menjadi tantangan bagi banyak pelaku UMKM. Sebagian besar pelaku usaha belum memiliki pemahaman yang memadai mengenai jenis pajak yang berlaku bagi UMKM, penggunaan Nomor Pokok Wajib Pajak (NPWP), perhitungan Pajak Penghasilan (PPh) Final, serta tata cara pelaporan pajak secara digital (Resmi, Pahlevi, & Sayekti, 2021) yang menunjukkan bahwa pelatihan penyusunan laporan keuangan dan perpajakan mampu meningkatkan pemahaman pelaku UMKM terhadap pentingnya pencatatan keuangan, kepemilikan NPWP, serta kewajiban pelaporan pajak. Peningkatan pemahaman perpajakan tidak hanya berperan dalam mengurangi risiko sanksi administratif fiskal, tetapi juga dapat meningkatkan legalitas, kredibilitas, dan profesionalisme usaha. Dengan administrasi perpajakan yang lebih tertib, UMKM memiliki peluang lebih besar untuk meningkatkan kinerja usaha dan memperoleh akses terhadap sumber pendanaan maupun program dukungan pemerintah.

Pada aktivitas pemasaran era modern, kemampuan UMKM dalam menyusun strategi branding digital juga menjadi parameter penentu daya saing. Di era pasar digital, konsumen cenderung menaruh kepercayaan tinggi pada merek yang menampilkan identitas visual profesional, konsisten, dan mudah dikenali. Menurut (Sari, Games, Darlis, Triani, & Syahputra, 2024) menunjukkan bahwa adopsi digital marketing yang dibarengi penguatan citra merek berpengaruh positif dan signifikan terhadap peningkatan omset penjualan UMKM jika dibandingkan dengan metode konvensional. Selain itu, penerapan *social media marketing* juga dapat memperkuat hubungan antara pelaku usaha dan konsumen melalui interaksi yang

lebih intensif. Integrasi pemanfaatan media sosial sebagai sarana promosi dengan pengembangan elemen visual merek, seperti logo dan identitas usaha, menjadi faktor penting dalam memperkuat citra merek serta meningkatkan daya saing UMKM di pasar digital.

Berbagai program pendampingan masyarakat yang telah dilakukan sebelumnya cenderung menyelesaikan masalah UMKM secara parsial atau terpisah. Sebagai contoh, (Bahari, Rahmi, Rahmadoni, & Anwar, 2022) berfokus pada strategi promosi digital tanpa membahas secara detail aspek tata kelola keuangan internal mitra. Di sisi lain, (Resmi, Pahlevi, & Sayekti, 2021) serta (Inuzula, Ginting, & Andriyani, 2025) lebih berfokus pada peningkatan pemahaman perpajakan serta penerapan pencatatan keuangan digital, namun belum mengintegrasikan aspek penguatan identitas merek sebagai bagian dari pengembangan usaha. Batasan inilah yang menjadi dasar pelaksanaan kegiatan ini, mengingat dalam operasional UMKM kerajinan, kelemahan branding digital akan menghambat pertumbuhan omset, mengganggu stabilitas arus kas, dan berujung pada ketidakpatuhan administrasi perpajakan. Kebaruan (*novelty*) kegiatan ini terletak pada pendekatan intervensi integratif yang menggabungkan tiga pilar akuntabilitas secara simultan, yaitu digitalisasi keuangan (SIAPIK), literasi perpajakan praktis, dan penguatan branding digital (restrukturisasi logo dan konten).

Berdasarkan kondisi tersebut, kegiatan ini bertujuan untuk memperkuat tata kelola usaha dan meningkatkan daya saing digital mitra melalui penerapan pencatatan keuangan berbasis SIAPIK, peningkatan pemahaman administrasi perpajakan PPh Final UMKM, serta pengembangan identitas visual merek dan pengelolaan konten promosi media sosial.

METODOLOGI

Kegiatan ini dilaksanakan pada UMKM Rumah Bagonjong Handmade oleh tim dosen dan mahasiswa dengan pendekatan pemberdayaan masyarakat (*community empowerment*) berbasis pendampingan partisipatif (*participatory approach*). Pendekatan ini dipilih untuk mendorong keterlibatan aktif mitra sejak tahap identifikasi permasalahan hingga penerapan solusi, sehingga peningkatan kapasitas usaha dapat berlangsung secara berkelanjutan.

Mitra kegiatan adalah pemilik dan staf produksi UMKM Rumah Bagonjong Handmade yang berjumlah 7 orang pelaku usaha kerajinan rajut dan kerancang. Kegiatan melibatkan 3 orang dosen dengan bidang keahlian keuangan, perpajakan, dan teknologi informasi serta 4 orang mahasiswa sebagai fasilitator teknis. Pelaksanaan kegiatan dilakukan dalam dua sesi pada bulan September dan Oktober di lokasi UMKM mitra, yang dilanjutkan dengan pendampingan penerapan materi.

Metode kegiatan meliputi pelatihan dan pendampingan terkait pencatatan keuangan digital menggunakan SIAPIK, pemahaman administrasi perpajakan, serta penguatan branding digital. Evaluasi dilakukan untuk mengukur ketercapaian kegiatan melalui pengamatan penerapan hasil pelatihan dan kesesuaian solusi dengan kebutuhan UMKM. Proses tahapan pelaksanaan kegiatan secara rinci disusun dan distrukturkan pada Tabel 1.

Keberhasilan kegiatan diukur berdasarkan beberapa indikator, yaitu: (1) mitra mampu melakukan pencatatan transaksi keuangan menggunakan SIAPIK; (2) mitra memahami dasar administrasi perpajakan UMKM; (3) mitra mampu menghasilkan identitas visual dan konten promosi yang lebih profesional; serta (4) terdapat peningkatan pemahaman dan keterampilan mitra berdasarkan hasil evaluasi sebelum dan sesudah kegiatan.

Metode pelaksanaan ini dirancang agar dapat diterapkan kembali pada UMKM lain dengan karakteristik serupa melalui tahapan identifikasi kebutuhan, pelatihan berbasis

praktik, pendampingan, serta evaluasi terukur.

Tabel 1. Tahapan Pelaksanaan Kegiatan

Tahapan Kegiatan	Uraian Pelaksanaan dan Materi
1. Tahapan Persiapan	• Identifikasi kebutuhan UMKM terkait keuangan, branding, dan perpajakan • Perencanaan program berdasarkan kebutuhan mitra • Penyusunan materi untuk kedua sesi pelatihan • Pengurusan izin pelaksanaan kegiatan • Koordinasi dan sosialisasi kegiatan dengan pemilik UMKM
2. Tahapan Pelaksanaan	• Sosialisasi dan pelatihan Laporan Keuangan menggunakan SIAPIK • Pelatihan penerapan teknologi untuk strategi branding dan pemasaran digital (termasuk praktik membuat konten dan pengelolaan akun media sosial)
3. Tahap Monitoring dan Evaluasi	• Monitoring penerapan SIAPIK, administrasi pajak, dan branding digital • Evaluasi hasil kegiatan satu bulan setelah pelatihan • Pemberian umpan balik dan pendampingan lanjutan sesuai kebutuhan UMKM

HASIL DAN PEMBAHASAN

Tahapan Persiapan

Tahap persiapan dilaksanakan pada awal September 2025 dan bertujuan untuk memastikan bahwa seluruh rangkaian kegiatan ini berjalan sesuai kebutuhan UMKM Rumah Bagonjong Handmade. Pada tahap ini, tim pengabdi melakukan koordinasi awal dengan pelaku usaha untuk mengidentifikasi kondisi usaha, hambatan utama, serta kebutuhan pelatihan. Proses identifikasi dilakukan melalui wawancara langsung dan observasi lapangan terhadap proses produksi dan pengelolaan usaha.



Gambar 1. Koordinasi Pemetaan Masalah Tata Kelola Mitra.

Selain pemetaan kebutuhan, tahap persiapan juga mencakup penyusunan materi pelatihan, pembuatan jadwal kegiatan, serta pengadaan sarana produksi yang diperlukan untuk mendukung pelatihan. Sarana yang disiapkan meliputi mesin obras, mesin bordir komputer, mesin jahit multifungsi, meja cutting, peralatan jahit, serta bahan baku seperti kain satin dan benang bordir. Persiapan ini dilakukan agar kegiatan dapat berjalan efektif dan pelaku usaha dapat mempraktikkan materi pelatihan secara langsung.

Tahapan Pelaksanaan

Tahap pelaksanaan kegiatan dimulai pada 27 September 2025, yang diawali dengan pelatihan pencatatan keuangan menggunakan aplikasi SIAPIK. Pelaku usaha diperkenalkan pada fungsi dasar aplikasi, termasuk pencatatan transaksi penjualan, pembelian bahan baku, dan biaya operasional. Pelatihan dilakukan melalui praktik langsung agar pelaku usaha dapat mengikuti alur pencatatan dengan baik. Digitalisasi pencatatan dipilih karena terbukti meningkatkan ketepatan dan kerapian laporan keuangan UMKM. Hal ini sejalan dengan temuan penelitian bahwa digitalisasi pencatatan keuangan melalui aplikasi keuangan dapat meningkatkan efisiensi dan akurasi laporan UMKM (Hakim, Narulita, & Iswahyudi, 2024).



Gambar 2. Pelatihan Pencatatan Keuangan Digital Aplikasi SIAPIK.

Setelah memahami pencatatan keuangan, kegiatan dilanjutkan dengan pelatihan mengenai *branding* dan pemasaran digital. Pelaku usaha mempelajari pentingnya identitas merek, konsistensi elemen visual, serta strategi memanfaatkan media sosial untuk memperluas promosi produk. Tim memberikan contoh pembuatan konten sederhana, pemilihan template visual, serta penataan tampilan media sosial agar terlihat profesional. Antusiasme pelaku usaha terlihat tinggi ketika mencoba membuat konten sendiri. Pelatihan ini sejalan dengan temuan penelitian bahwa pemanfaatan media sosial sebagai strategi branding oleh UMKM dapat meningkatkan kepercayaan konsumen melalui konten visual yang konsisten dan interaksi yang rutin, seperti yang ditunjukkan dalam studi pendampingan digital pada UMKM Es Cendol Durian (Saputra, Dewi, & Safitri, 2025) dan optimalisasi media sosial branding UMKM EYO (Sabir, Sutomo, Zahara, & Wanti, 2025).



Gambar 3. Pelatihan Manajemen Konten Media Sosial Mitra.

Pelaksanaan kegiatan berikutnya fokus pada pemahaman administrasi perpajakan UMKM, di mana pelaku usaha diberikan materi tentang kewajiban pajak, penggunaan NPWP, jenis pajak, dan perhitungan pajak final melalui simulasi praktis. Materi ini penting karena literasi perpajakan sangat memengaruhi kepatuhan pajak UMKM. Studi oleh (Putra, 2020) menunjukkan bahwa pengetahuan pajak dan modernisasi sistem perpajakan berkontribusi signifikan terhadap kepatuhan pajak UMKM. Selain itu, pendampingan literasi pajak praktis terbukti efektif dalam meningkatkan pemahaman dan kepatuhan UMKM terhadap pembayaran dan pelaporan PPh final sebesar 0,5% (Nur, Amazihono, Nasution, & Kusumaningsih, 2025).



Gambar 4. Desain Logo Baru Berbasis Ornamen Lokal.

Di bagian akhir tahap pelaksanaan, pelaku usaha mengikuti pelatihan pembuatan identitas merek dan logo menggunakan aplikasi desain sederhana. Mereka mempelajari pemilihan warna, bentuk visual, dan elemen visual lain agar desain mencerminkan karakter produk dan identitas usaha. Pentingnya desain visual sebagai elemen branding ditegaskan oleh penelitian bahwa identitas visual yang konsisten dan profesional mampu meningkatkan citra merek dan kepercayaan konsumen UMKM (Fathonah, Wati, & Winarno, 2024); (Purnamasari, Deta, Fernandes, & Prawiromaruto, 2024).

Tahapan Monitoring dan Evaluasi

Tahap monitoring dan evaluasi dilaksanakan pada 8 November 2025 sebagai tindak

lanjut dari seluruh rangkaian pelatihan yang telah diberikan sebelumnya. Kegiatan ini dilakukan melalui kunjungan langsung ke lokasi usaha untuk menilai penerapan materi pelatihan, termasuk penggunaan aplikasi SIAPIK, pengelolaan media sosial, pemahaman perpajakan, serta pemanfaatan desain merek yang telah dibuat. Pada saat kunjungan, pelaku usaha telah menunjukkan peningkatan dalam pencatatan transaksi menggunakan SIAPIK, dengan data penjualan, pembelian bahan baku, dan pengeluaran operasional yang mulai dicatat secara digital dan lebih terstruktur.

Dalam aspek branding dan pemasaran digital, pelaku usaha telah melakukan pembaruan pada tampilan media sosial menggunakan elemen visual yang konsisten sesuai dengan desain yang disusun selama pelatihan. Beberapa konten promosi juga telah dibuat secara mandiri, memperlihatkan kemampuan pelaku usaha dalam memanfaatkan template dan teknik pembuatan konten yang diajarkan. Selain itu, evaluasi pada materi perpajakan menunjukkan bahwa pelaku usaha telah memahami dasar perhitungan pajak final serta prosedur administrasi pajak UMKM, termasuk pemanfaatan NPWP dan tata cara pelaporan sederhana.



Gambar 5. Monitoring Evaluasi Implementasi Hasil Pelatihan.

Pada kesempatan yang sama, dilakukan pula serah terima aset pengadaan untuk mendukung keberlanjutan penerapan hasil pelatihan. Aset yang diberikan meliputi lampu meja produksi, meja cutting kain, mesin obras, mesin bordir komputer, mesin jahit multifungsi, peralatan jahit pendukung, rak penyimpanan kain, serta bahan baku berupa kain satin dasar kerancang dan benang bordir. Penyerahan aset ini bertujuan untuk memastikan pelaku usaha memiliki sarana yang memadai untuk mempraktikkan keterampilan yang telah dipelajari sekaligus meningkatkan kapasitas produksi. Dengan adanya fasilitas baru ini, pelaku usaha diharapkan dapat mengembangkan kualitas dan kuantitas produksi secara

berkelanjutan. Seluruh rangkaian monitoring, evaluasi, dan serah terima aset didokumentasikan sebagai bukti pelaksanaan kegiatan.



Gambar 6. Serah Terima Hibah Aset Mesin Produksi.

Hasil Pelaksanaan Kegiatan dan Luaran Kegiatan Sebelum dan Setelah Kegiatan pada UMKM Rumah Bagonjong Handmade seperti Tabel 2.

Tabel 2. Indikator Keberhasilan dan Luaran Capaian Program Sebelum dan Setelah Kegiatan.

No	Program Kegiatan	Kondisi Sebelum Kegiatan	Kondisi Setelah Kegiatan (Capaian Mitra)	Parameter Luaran dan Indikator Keberhasilan
1.	Peningkatan kemampuan pencatatan keuangan menggunakan SIAPIK	Pencatatan dilakukan secara manual, kas tercampur, dan tidak terstruktur	Pelaku usaha mampu mandiri menginput transaksi harian operasional ke aplikasi SIAPIK	Terbitnya dokumen Laporan Neraca dan Laporan Laba Rugi bulanan otomatis berstandar Bank Indonesia.
2.	Pemahaman branding dan pemasaran digital	Media sosial tidak terkelola, pasif, dan konten visual promosi masih sangat terbatas	Media sosial mulai aktif dengan tampilan katalog digital yang informatif dan estetik	Peningkatan frekuensi unggahan konten promosi mandiri serta interaksi digital dengan konsumen.
3.	Peningkatan literasi perpajakan UMKM	Pelaku usaha tidak mengetahui jenis regulasi pajak dan cara menghitungnya	Pelaku usaha memahami fungsi NPWP badan dan menguasai mekanisme hitung PPh Final	Ketepatan akurasi mandiri dalam simulasi pengisian formulir pelaporan e-Filing SPT PPh Final 0,5%.
4.	Pelatihan pembuatan logo dan identitas merek	Belum memiliki desain logo/identitas visual profesional	Pelaku usaha menguasai aplikasi desain sederhana untuk memodifikasi elemen visual	Terbentuknya desain logo baru yang lebih menarik dan sesuai karakter usaha.
5.	Penguatan sarana pendukung produksi	Peralatan konvensional terbatas sehingga kapasitas proses produksi kurang optimal	Fasilitas bertambah lewat utilisasi mesin bordir komputer, mesin obras, dan meja cutting modern, dll.	Peningkatan efisiensi waktu potong bahan, variasi pola bordir otomatis, serta kapasitas output produk.

Analisis Dampak dan Keterkaitan dengan Literatur Ilmiah

Pelaksanaan kegiatan dengan pendekatan integratif memberikan dampak terhadap peningkatan kapasitas tata kelola dan pengembangan usaha mitra. Pada aspek keuangan, penerapan aplikasi SIAPIK membantu mitra melakukan pencatatan transaksi secara lebih sistematis serta mempermudah penyusunan laporan keuangan sederhana. Dengan adanya pencatatan digital, pemilik usaha dapat lebih mudah memantau arus kas, mengidentifikasi kondisi keuangan, serta mendukung pengambilan keputusan usaha berbasis data. Temuan tersebut sesuai dengan (Hakim, Narulita, & Iswahyudi, 2024) yang menyatakan bahwa digitalisasi keuangan dapat meningkatkan efisiensi administrasi dan mengurangi risiko kesalahan dalam pencatatan keuangan UMKM.

Pada aspek perpajakan, kegiatan pendampingan memberikan peningkatan pemahaman mitra mengenai administrasi perpajakan UMKM, khususnya terkait penggunaan NPWP, perhitungan PPh Final, dan kewajiban pelaporan pajak. Pemahaman tersebut membantu mitra menjalankan usaha secara lebih tertib dan meningkatkan kesiapan legalitas usaha. (Resmi, Pahlevi, & Sayekti, 2021) juga menunjukkan bahwa pelatihan keuangan dan perpajakan mampu meningkatkan pemahaman pelaku UMKM terhadap pentingnya administrasi usaha serta kepatuhan perpajakan.

Selain pengelolaan internal, penguatan branding digital juga memberikan perubahan terhadap citra usaha mitra. Perancangan logo baru dan pengembangan konten promosi media sosial membantu Rumah Bagonjong Handmade memiliki identitas visual yang lebih konsisten dan profesional. Kondisi tersebut mendukung hasil penelitian (Sari, Games, Darlis, Triani, & Syahputra, 2024) bahwa pemanfaatan digital marketing yang disertai penguatan citra merek mampu meningkatkan jangkauan pemasaran dan memperkuat hubungan dengan konsumen.

Pada aspek produksi, pemberian dukungan peralatan berupa mesin bordir komputer, mesin obras, dan perlengkapan produksi lainnya membantu mitra meningkatkan kapasitas proses kerja. Penggunaan peralatan tersebut berpotensi mempercepat proses produksi, meningkatkan konsistensi hasil, serta mengurangi keterbatasan produksi yang sebelumnya masih bergantung pada proses manual. Secara keseluruhan, integrasi digitalisasi keuangan, literasi perpajakan, branding, dan penguatan fasilitas produksi menunjukkan bahwa pengembangan UMKM memerlukan pendekatan yang menyeluruh, tidak hanya berfokus pada satu aspek usaha.

Keunggulan, Keterbatasan, dan Peluang Pengembangan Program

Keunggulan utama kegiatan ini terletak pada pendekatan integratif yang menggabungkan aspek pengelolaan keuangan, perpajakan, dan *branding digital* dalam satu rangkaian pendampingan. Pendekatan tersebut memungkinkan mitra tidak hanya memperoleh pemahaman mengenai administrasi usaha, tetapi juga mampu menerapkan keterampilan praktis yang mendukung pengembangan bisnis. Selain peningkatan kapasitas manajerial, kegiatan ini juga didukung dengan pemberian sarana produksi yang membantu mitra dalam meningkatkan efektivitas proses kerja.

Namun, kegiatan ini masih memiliki beberapa keterbatasan, terutama pada durasi pendampingan yang relatif singkat, yaitu selama September hingga November 2025. Selain itu, cakupan mitra masih terbatas pada satu UMKM dengan jumlah peserta sebanyak 7 orang, sehingga hasil kegiatan belum dapat menggambarkan dampak jangka panjang terhadap perkembangan usaha secara lebih luas.

Keterbatasan tersebut menjadi peluang untuk pengembangan program berikutnya. Pendampingan lanjutan dapat diarahkan pada penguatan manajemen usaha, seperti penerapan sistem pengelolaan persediaan digital, peningkatan strategi pemasaran melalui *platform e-commerce*, serta monitoring keberlanjutan penggunaan SIAPIK dan strategi branding yang telah diterapkan. Model pendampingan berbasis partisipasi yang digunakan dalam kegiatan ini juga dapat direplikasi pada UMKM kerajinan lainnya dengan menyesuaikan kebutuhan dan karakteristik masing-masing mitra.

KESIMPULAN DAN SARAN

Kegiatan ini telah dilakukan pada UMKM Rumah Bagonjong Handmade berhasil meningkatkan kapasitas mitra melalui penerapan pencatatan keuangan digital berbasis SIAPIK, peningkatan pemahaman perpajakan UMKM, serta penguatan branding digital. Pendekatan integratif tersebut membantu mitra memperbaiki tata kelola usaha, meningkatkan profesionalitas, dan memperkuat daya saing di pasar digital.

Untuk menjaga keberlanjutan dampak jangka panjang, pelaku usaha disarankan untuk secara konsisten menerapkan pencatatan keuangan digital harian dan memperbarui materi promosi media sosial secara berkala. Arah pengembangan program berikutnya perlu diarahkan pada aspek manajemen persediaan (*inventory control*) digital serta penguatan strategi pemasaran di platform pasar digital (*e-commerce*). Lebih lanjut, dengan tingkat keberhasilan kompetensi mitra yang tinggi, model intervensi pemberdayaan holistik-integratif ini memiliki potensi replikasi yang besar untuk diterapkan pada klaster UMKM kerajinan tangan tradisional sejenis di wilayah lain guna mengakselerasi kemandirian ekonomi kreatif secara lebih luas.

UCAPAN TERIMA KASIH

Penulis mengucapkan terima kasih yang sebesar-besarnya kepada Direktorat Penelitian dan Pengabdian kepada Masyarakat (DPPM) KEMDIKTISAINTEK atas bantuan pendanaan yang diberikan untuk pelaksanaan kegiatan ini pada Tahun Anggaran 2025. Kegiatan pengabdian kepada masyarakat ini terlaksana berdasarkan Kontrak Pengabdian kepada Masyarakat Skema Pemberdayaan Kemitraan Masyarakat Batch III dengan Nomor Kontrak Induk: 276/C3/DT.05.00/PM-BATCH III/2025 dan Nomor Kontrak Turunan: 26/UN16.19/PM.03.03/PM/2025. Penulis juga menyampaikan apresiasi dan terima kasih kepada Lembaga Penelitian dan Pengabdian kepada Masyarakat (LPPM) Universitas Andalas yang telah memberikan dukungan fasilitasi serta koordinasi penuh sehingga seluruh rangkaian kegiatan pengabdian ini dapat berjalan dengan baik dan lancar.

DAFTAR PUSTAKA

Ayu, M. G. (2023, July 4). UMKM tingkatkan digitalisasi melalui teknologi AI dan Cloud. Retrieved from cloudcomputing.id: https://www.cloudcomputing.id/berita/bangun-ekonomi-digital-umkm-tingkatkan-digitalisasi

Bahari, A., Rahmi, D. Y., Rahmadoni, J., & Anwar, K. (2022). Pengembangan metode pemasaran melalui digital marketing bagi produk UMKM di Nagari Kamang Mudiak Kecamatan Kamang Magek Kabupaten Agam. Jurnal Hilirisasi IPTEKS, 5(1), 23-31. https://doi.org/10.25077/jhi.v5i1.592

Fathonah, S. M., Wati, S. S., & Winarno, A. (2024). Pengembangan UMKM melalui branding dan identitas visual merek untuk meningkatkan jangkauan pemasaran di kawasan Gunung Kawi Malang. 4, 70-78. https://doi.org/10.32877/nr.v4i1.1899

Hakim, A. R., Narulita, S., & Iswahyudi, M. (2024). Digitalisasi pencatatan keuangan usaha kecil mikro dan menengah (UMKM): Perlukah? Jurnal Akuntansi AKUNESA, 12(3), 331–337. https://doi.org/10.26740/akunesa.v12n3.p331-337

Inuzula, L., Ginting, E. F., & Andriyani, S. (2025). Penerapan sistem keuangan digital dalam meningkatkan tata kelola kas UMKM. Journal of Business and Economics Research (JBE), 6(3), 968-978. https://doi.org/10.47065/jbe.v6i3.8505

Nur, N. E., Amazihono, F. I., Nasution, N., & Kusumaningsih, A. (2025). Penguatan literasi perpajakan UMKM sebagai instrumen keberlanjutan dan upaya pendekatan praktis terhadap pembayaran dan pelaporan pajak PPh final 0,5% UMKM. Jurnal Gembira: Pengabdian Kepada Masyarakat, 3(4), 1406–1416. Retrieved from https://gembirapkm.my.id/index.php/jurnal/article/view/1116

Purnamasari, K. P., Deta, R. R., Fernandes, P., & Prawiromaruto, I. G. (2024). Perancangan logo sebagai bagian dari brand identity UMKM “Laris Rest Area” dengan pendekatan semiotika. Jurnal Desain Komunikasi Visual Nirmana, 24(1), 48-59. https://doi.org/10.9744/nirmana.24.1.48-59

Putra, A. F. (2020). Kepatuhan wajib pajak UMKM: pengetahuan pajak, sanksi pajak, dan modernisasi sistem. Jurnal Riset Akuntansi dan Perpajakan, 7(1), 1-12. https://doi.org/10.35838/jrap.2020.007.01.1

Resmi, S., Pahlevi, R. W., & Sayekti, F. (2021). Implementation of financial report and taxation training: performance of MSMEs in special region of Yogyakarta. Jurnal Siasat Bisnis, 25(1), 57-68. https://doi.org/10.20885/jsb.vol25.iss1.art5

Sabir, A. A., Sutomo, M., Zahara, Z., & Wanti, S. (2025). Optimalisasi media sosial dalam meningkatkan branding UMKM EYO sebagai strategi digital marketing. Jurnal Ilmiah Manajemen, Ekonomi, & Akuntansi (MEA), 9(1), 1057-1069. https://doi.org/10.31955/mea.v9i1.5022

Safitri, R. D. (2024). Peran financial technology dalam meningkatkan pengelolaan keuangan UMKM. Jurnal Ilmu Ekonomi Manajemen dan Akuntansi, 5(2), 428-437. https://doi.org/10.37012/ileka.v5i2.2352

Sapthiarsyah, M. F., & Junita, D. (2024). Pengaruh penggunaan media sosial dan pemasaran digital terhadap kinerja UMKM. Jurnal Ilmiah Ekonomi dan Bisnis, 21(2). https://doi.org/10.31849/jieb.v21i2.23686

Saputra, S. P., Dewi, H., & Safitri, R. A. (2025). Pendampingan strategi promosi digital untuk meningkatkan branding UMKM es cendol durian di Pandan Jaya. Jurnal Penelitian Sosial Dan Pengabdian Masyarakat, 4(1), 39-49. Retrieved from https://afeksi.id/journal3/index.php/swakarya/article/view/536

Sari, D. K., Games, D., Darlis, V., Triani, L. A., & Syahputra, M. I. (2024). Penerapan social media marketing di era digital untuk kemajuan UMKM disabilitas di Kota Padang. Jurnal Hilirisasi IPTEKS, 7(1), 1-14. https://doi.org/10.25077/jhi.v7i1.717

UMKM, K. (2024). Data UMKM. Retrieved from umkm.go.id: https://umkm.go.id/publikasi