

Implementasi Pendekatan ABCD dalam Meningkatkan Produktivitas dan Daya Saing UMKM T&T Souvenir

Berliana Nur Annisa¹, Alna Nur Fiha Inasya², Nadia Elis Natasa³, Silvi Novika Sari⁴, Dyarani Khoirunnisaa⁵, Kurnia Putri Ningtyas⁶, Nur Sabilla⁷, Putri Firmanda Isra Nurcahyani⁸, Nilna Fauza⁹

Universitas Islam Negeri Syekh Wasil Kediri
nurannisa19@gmail.com¹

Article Info

Volume 4 Issue 1
March 2026

DOI :
10.30762/welfare.v4i1.2846

Article History

Submission: 12-09-2025

Revised: 25-01-2026

Accepted: 30-01-2026

Published: 30-03-2026

Keywords:

Operational Support, Skills, Student Participation, Community service, Creative Endeavors.

Kata Kunci:

Dukungan operasional, Keterampilan, Partisipasi mahasiswa, Pengabdian masyarakat, Usaha kreatif.



Copyright © 2025 Berliana Nur Annisa, Alna Nur Fiha Inasya, Nadia Elis Natasa, Silvi Novika Sari, Dyarani Khoirunnisaa, Kurnia Putri Ningtyas, Nur Sabilla, Putri Firmanda Isra Nurcahyani, Nilna Fauza.

Welfare: Jurnal Pengabdian Masyarakat is licensed under a Creative Commons Attribution-Share Alike 4.0 International License.

Abstract

This study aims to examine the participation of student interns in community service in the creative business sector of T&T Souvenirs. The main focus is on the role of students in strengthening operational and managerial skills, as well as providing practical support to increase productivity and competitiveness in the MSME sector. The method used in this case study discussion employs the ABCD approach, also known as Asset-Based Community Development, which involves direct observation or identification, in-depth interviews, and the utilization of local assets. The research shows the active participation of students in significantly impacting the improvement of production efficiency, the development of digital marketing strategies, and proper business financial management. The role of student interns here is to apply theoretical knowledge from the classroom to the practical context of business. This activity also serves as a platform for students to hone soft skills such as leadership, teamwork, and problem solving. Therefore, this research program has recommended the implementation of programs that support the advancement of the MSME sector, especially in Kediri City, and prepare competent students.

Abstrak

Pengabdian ini bertujuan untuk bisa mengkaji partisipasi para mahasiswa magang dalam pengabdian masyarakat di sektor usaha kreatif T&T Souvenir by Sani. Fokus utamanya tertuju pada peran mahasiswa dalam penguatan keterampilan operasional dan manajerial, serta memberikan dukungan praktis untuk meningkatkan produktivitas dan daya saing usaha dalam bidang UMKM. Metode yang digunakan dalam pembahasan studi kasus ini memakai pendekatan metode ABCD atau dikenal dengan Asset Based Community Development, yang dimana melibatkan sebuah observasi atau identifikasi langsung, wawancara mendalam, dan pemanfaatan aset lokal. Penelitian memperlihatkan partisipasi aktif para mahasiswa dalam membeberkan dampak secara signifikan pada peningkatan efisiensi dalam sebuah produksi, pengembangan strategi pemasaran digital, dan pengelolaan keuangan usaha secara tepat. Peran mahasiswa magang di sini mampu mengaplikasikan pengetahuan teoretis di bangku kuliah ke dalam konteks praktik dalam berbisnis. Kegiatan ini juga menjadi platform untuk mahasiswa untuk mampu mengasah keterampilan lunak (soft skills) seperti halnya kepemimpinan, kerja sama antar tim, dan juga pemecahan masalah yang ada.

1. PENDAHULUAN

Kini mampu diketahui bahwa pengabdian masyarakat adalah bagian dari tridarma untuk perguruan tinggi yang memiliki tujuan yaitu mampu menerapkan ilmu dan juga bentuk keterampilan para mahasiswa dalam membantu menyelesaikan permasalahan sosial terutama dalam sektor bisnis, tepatnya pada salah satu UMKM yang ada di Kota Kediri. Mahasiswa memiliki peranan penting dalam mendorong perubahan positif diberbagai program yang ada (Yuwana dkk., 2025). Perlu dipahami bahwa perkembangan dunia pendidikan tinggi itu tidak sekedar tentang pengetahuan secara teoritis saja, namun saat ini menekankan pentingnya

pembelajaran yang bersifat aplikatif melalui keterampilan setiap individu yang mampu mendukung cara untuk beradaptasi dengan perubahan yang cepat (Sauri dkk., 2025). Dalam konteks tersebut, peningkatan kualitas SDM menjadi kunci untuk mendorong pertumbuhan ekonomi masyarakat. Di mana UMKM masuk kepada jenis kewirausahaan yang merupakan proses mengidentifikasi, mengembangkan, dan mengintegrasikan visi ke dalam kehidupan sehari-hari. Visi ini bisa berupa ide inovatif, tantangan, atau cara yang lebih efektif dalam melakukan sesuatu. Hasil dari proses ini adalah terciptanya sebuah usaha baru yang sering kali didasarkan pada kondisi yang berisiko atau belum tentu menguntungkan. Dalam agenda pengembangan UMKM (Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah) menjadi instrumen penting untuk bisa meningkatkan daya beli sebuah masyarakat untuk berperan sebagai penyangga menghadapi krisis moneter. Pada masa krisis yang terjadi antara tahun 1997 hingga 1998, sektor Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah (UMKM) justru menjadi satu-satunya sektor yang mampu bertahan (Hikma dkk., 2025).

Souvenir merupakan bagian penting dari pengalaman perjalanan wisata yang dianggap bukti fisik dari pengalaman perjalanan mereka ke sebuah destinasi, seperti di T&T Souvenir yang menyiapkan berbagai manik - manik yang indah (Masyhari Makhasi dkk., 2024). Mengenai salah satu sektor UMKM di Kota Kediri yaitu T&T Souvenir, dimana dalam perjalanan bisnisnya ini dapat dirasa cukup baik. Akan tetapi, tetap saja ada masalah atau tantangan yang perlu dihadapi yaitu terkait dengan sistem operasional yang kurang memadai. Tidak sekedar itu saja mengenai pemasaran memang sudah sangat luas tapi belum bisa konsisten. Pesanan dari pihak besar memang memberikan keuntungan besar baik secara citra maupun finansial, tetapi strategi pemasaran rutin (terutama digital marketing) masih kurang maksimal sehingga jangkauan konsumen yang lebih luas belum sepenuhnya tergarap. Pengelolaan administrasi dan keuangan juga masih sederhana, sehingga pencatatan modal, biaya produksi, serta keuntungan belum tertata dengan baik. Keterbatasan sumber daya manusia saat menghadapi pesanan dalam jumlah besar membuat produksi harus dikebut, sehingga kualitas kadang rawan menurun jika tidak diawasi dengan baik. Dan sejauh mana kontribusi mahasiswa mampu memperkuat keterampilan dan memberikan dukungan operasional pada usaha tersebut.

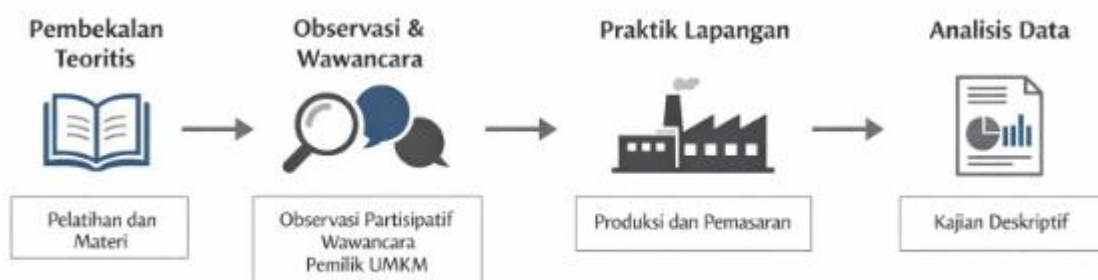
Di mana meskipun T&T Souvenir ini telah menunjukkan perkembangan yang cukup baik terbukti dengan adanya pemesanan produk oleh tokoh penting seperti Wakil Wali Kota, serta lembaga besar seperti Radio Andika yang memesan tas untuk kegiatan sosial pemberian kepada anak yatim piatu. Namun dalam kegiatan operasional sehari-hari masih terdapat sejumlah kendala yang perlu mendapat perhatian penuh. Dengan menyadari kebutuhan tersebut, kegiatan pengabdian masyarakat ini digagas sebagai upaya kolaboratif antara perguruan tinggi dan T&T Souvenir. Tujuan utama dari program ini adalah untuk mengkaji dan memfasilitasi partisipasi aktif mahasiswa dalam memberikan dukungan operasional dan manajerial. Selain itu, program ini juga bertujuan untuk menguatkan keterampilan praktis mahasiswa melalui penerapan langsung pengetahuan teoretis yang diperoleh di bangku kuliah ke dalam konteks bisnis nyata. Melalui sinergi ini, diharapkan dapat tercipta model pemberdayaan yang saling menguntungkan, di mana UMKM mendapatkan solusi atas permasalahan mereka dan mahasiswa memperoleh pengalaman berharga yang relevan dengan dunia kerja.

2. METODE

Pengabdian yang dijalankan ini bersifat metode ABCD (*Asset Based Community Development*). Pendekatan berbasis aset membantu komunitas melihat kenyataan kondisi internal dan kemungkinan perubahan yang dapat dilakukan. Adapun aset yang dimaksud dalam hal ini adalah aset ekonomi, aset lingkungan, aset fisik, aset non fisik, dan aset sosial (Rinawati dkk., 2022). Tujuannya untuk mampu memberikan gambaran secara mendalam mengenai pelaksanaan magang dalam praktik bisnis disalah satu UMKM di Kota Kediri. Kegiatan ini dilakukan melalui kerja sama, dimana program ini menerapkan metode belajar melalui pengalaman langsung, yang menjadikan mahasiswa tidak hanya sebagai penerima informasi, tetapi juga sebagai pelaku utama dalam proses produksi, pemasaran, dan penilaian usaha.

Tempat pelaksanaan magang ini berada di UMKM T&T Souvenir by Sani yang beralamat di Jl Ade Irma Suryani Nasution No 7 Kota Kediri, Jawa Timur. Pelaksanaan program magang ini berjalan 39 hari. Melalui konsep Pengembangan Berbasis Aset Masyarakat (*Asset Based Community Development/ABCD*), dilakukan upaya pemberdayaan masyarakat dengan mengoptimalkan potensi aset yang dimiliki oleh masyarakat. Untuk prosesnya dilibatkan dua tahapan yang berbeda yaitu pembekalan secara teoritis hingga terjun langsung ke lapangan dengan materi yang disampaikan sebelumnya. Sehingga dari program magang ini bisa berjalan dengan lancar melalui bimbingan dan pengawas dari pihak Owner UMKM langsung.

Mengenai teknik yang dipakai untuk pengumpulan data yaitu melalui berbagai macam seperti observasi partisipatif, wawancara secara langsung dengan pemilik UMKM, serta dilengkapi juga dengan dokumentasi selama kegiatan magang berlangsung. Setelah itu dari data yang diperoleh kemudian dijadikan analisis secara deskriptif dalam bentuk narasi. Dengan demikian, implementasi metode ABCD (*Asset Based Community Development*) diharapkan mendorong kegiatan magang ini secara interaktif dan partisipatif yang ada antara pihak UMKM dan mahasiswa saling membantu satu sama lain, serta mendorong kemandirian para mahasiswa. Sehingga memungkinkan kegiatan proses produksi mampu berjalan dengan lancar dan mencapai target yang diinginkan.



3. HASIL DAN PEMBAHASAN

UMKM T&T Souvenir by Sani dirintis oleh Ibu Sri Astuti, yang akrab dipanggil Bu Sani. Beliau memiliki ketertarikan besar pada dunia kerajinan tangan dan tekad kuat untuk membangun usaha sendiri. Awalnya, Bu Sani hanya membuat hantaran sederhana untuk keluarga atau kerabat, tetapi berkat kreativitas dan ketelatenannya, karyanya mulai diminati masyarakat di sekitarnya. Dari sinilah ide untuk mendirikan usaha T&T Souvenir by Sani lahir. Berbekal semangat, keterampilan, dan dukungan keluarga, usaha ini perlahan berkembang dan kini telah menjadi salah satu UMKM yang sangat diperhitungkan di Kediri. Tidak hanya itu, kiprah Bu Sani juga semakin dikenal luas karena beliau beberapa kali meraih penghargaan sebagai wanita entrepreneur inspiratif di tingkat daerah. Selain itu, ia juga sering diminta menjadi narasumber dalam seminar dan pelatihan kewirausahaan, baik oleh lembaga pemerintah maupun komunitas bisnis lokal. Hal ini menunjukkan bahwa Bu Sani tidak hanya berhasil membangun usahanya sendiri, tetapi juga berperan dalam membagikan pengalaman serta pengetahuan untuk memotivasi pelaku usaha lain agar dapat berkembang bersama.

Lokasi T&T Souvenir by Sani berada di Kelurahan Kemas, tepatnya di Jalan Ade Irma Suryani No.7 Kota Kediri. Tempat ini cukup strategis dan mudah dijangkau oleh konsumen yang ingin berkunjung langsung. Menariknya, lokasi usaha ini juga sering menjadi tempat belajar bagi anak-anak magang dari sekolah maupun perguruan tinggi. Mereka biasanya belajar mengenai manajemen usaha, pemasaran, hingga keterampilan membuat produk. Dengan demikian, T&T Souvenir by Sani tidak hanya sekadar tempat usaha, tetapi juga berperan sebagai wadah pembelajaran yang bermanfaat bagi generasi muda terutama generasi Z untuk lebih mencintai produk-produk buatan lokal.



Gambar 1. Produk T&T Souvenir by Sani.

Produk yang ditawarkan T&T Souvenir by Sani cukup beragam dan menyesuaikan kebutuhan pasar. Produk utamanya meliputi tas yang bisa digunakan untuk souvenir, berbagai jenis hantaran lamaran maupun pernikahan, serta aneka souvenir untuk acara resmi maupun non-formal. Selain itu, T&T Souvenir by Sani juga menerima pesanan catering makanan dengan harga yang sangat terjangkau, mulai dari Rp1.000-Rp15.000 per item seperti Sambal Pecel dan juga Peyek khas kota Kediri. Layanan ini menjadi nilai tambah karena konsumen bisa sekaligus memenuhi kebutuhan acara di satu tempat. Tidak berhenti di situ, T&T Souvenir by Sani juga menyediakan penyewaan hantaran yang sering digunakan pada acara lamaran. Dengan variasi

produk dan layanan yang lengkap, konsumen dapat lebih mudah menyiapkan keperluan acara tanpa harus mencari ke banyak tempat berbeda.

Melengkapi variasi produk dan layanan yang ada, T&T Souvenir by Sani juga menjaga keberlanjutan usahanya melalui strategi pemasaran yang adaptif. Sejak berdiri, usaha ini telah memanfaatkan media digital seperti Facebook, Instagram, WhatsApp, blog, dan website resmi untuk promosi serta interaksi dengan konsumen secara langsung. Sistem pembayaran pun sudah menggunakan QRIS sehingga transaksi menjadi lebih praktis. Langkah ini membuat jangkauan pasar tidak hanya terbatas di Kediri, tetapi juga merambah hingga ke luar daerah. Semua itu selaras dengan visinya menjadi UMKM kreatif yang dikenal secara nasional dengan misi menjaga kualitas, memberikan pelayanan ramah, serta membuka kesempatan kerja dan magang bagi masyarakat sekitar. Selain itu, T&T Souvenir memiliki peluang besar untuk terus berkembang karena kebutuhan masyarakat akan hantaran, souvenir, dan catering dalam berbagai acara tradisi tetap tinggi, ditambah tren modern yang mengutamakan kepraktisan. Kreativitas Bu Sani dan timnya membuat produk memiliki ciri khas berbeda, sekaligus memberi manfaat bagi masyarakat melalui keterlibatan tenaga lokal dan program magang. Dengan konsistensi sejak 2018, usaha ini berpotensi menjadi salah satu ikon UMKM kreatif kebanggaan Kediri.

Sebagai bentuk komitmen dalam pemberdayaan masyarakat, T&T Souvenir by Sani juga membuka ruang partisipasi bagi mahasiswa untuk mengikuti program magang. Kegiatan magang ini diikuti oleh kami, mahasiswa UIN Syekh Wasil Kediri, yang memanfaatkan liburan semester 4 menuju semester 5 untuk memperoleh pengalaman baru di dunia usaha. Program magang ini berlangsung pada tanggal 14 Juli hingga 22 Agustus 2025, dengan penempatan di T&T Souvenir by Sani. Selama periode tersebut, kami berkesempatan terlibat secara langsung dalam berbagai aktivitas, mulai dari proses produksi, pengembangan kreativitas, hingga keterlibatan UMKM dalam mendukung kegiatan masyarakat maupun acara pemerintahan. Setiap kegiatan yang dijalani memberikan pengalaman berharga yang tidak hanya memperluas wawasan, tetapi juga melatih keterampilan dan menambah pemahaman kami tentang praktik kerja nyata di lapangan.

Pada awal magang, kegiatan dimulai dengan proses penyerahan peserta magang, pengenalan bisnis UMKM, serta diskusi kesepakatan antara pihak kampus, mahasiswa, dan pemilik usaha. Kami juga diajak untuk berfoto bersama dan langsung diperkenalkan dengan aktivitas produksi, seperti pembuatan prol tape, pemotongan kain oskar, serta pemotongan plastik mika. Dari hari pertama, kami sudah merasakan bagaimana UMKM berjalan, mulai dari dapur produksi hingga keterlibatan dalam pameran UMKM di Informa Kediri Mall. Seiring berjalannya waktu, keterlibatan kami semakin luas. Hampir setiap hari, kami berpartisipasi dalam produksi makanan dan kerajinan, di antaranya pembuatan prol tape, pemotongan bahan, packing tas spunbond, hingga perakitan produk jadi seperti tas mika. Tidak hanya itu, kami juga berperan dalam kegiatan penjualan langsung di stand UMKM di Informa, menjaga booth, serta menghitung hasil penjualan sebagai bentuk evaluasi harian. Dari sini, kami belajar bahwa UMKM tidak hanya memproduksi barang, tetapi juga memerlukan strategi pemasaran dan pencatatan yang teliti.



Gambar 2. Potongan Postingan Instagram T&T Souvenir by Sani

Selain kegiatan rutin, kami juga dilibatkan dalam acara khusus. Misalnya, ketika T&T Souvenir by Sani mengadakan santunan anak yatim, kami membantu dalam persiapan seperti memasak makaroni schotel. Kami juga ikut serta dalam workshop dengan tema “Jarit” yang diselenggarakan di Pemerintahan kota Kediri, di mana kami memperoleh pengalaman baru tentang kreasi kain tradisional. Bahkan, kami juga membantu dalam menyiapkan hidangan untuk acara tahlilan, kegiatan sosial kemasyarakatan, hingga acara besar seperti ulang tahun Kota Kediri. Dari berbagai kegiatan tersebut, kami memahami bahwa UMKM tidak hanya

berfokus pada aspek ekonomi, tetapi juga berperan dalam membangun hubungan sosial serta melestarikan nilai-nilai budaya di tengah Masyarakat.

Partisipasi kami tidak hanya terbatas pada produk konsumsi, tetapi juga menyentuh bidang kerajinan dan seni. Kami belajar membuat buket, menghias hantaran, hingga menyusun hantaran untuk acara pernikahan. Selain itu, kami juga mempraktikkan pembuatan tas anyam, sebuah keterampilan tangan yang membutuhkan kesabaran dan ketekunan. Kreativitas menjadi salah satu aspek yang sangat ditekankan, karena produk UMKM dituntut memiliki nilai estetika yang dapat menarik konsumen.

Selain itu kami juga ikut serta dalam kegiatan berskala lebih besar, seperti menata inventaris produk, melakukan foto produk T&T Souvenir by Sani di Taman Brantas, hingga melakukan koordinasi ke Radio Andika mengenai pemesanan produk. Ada pula pengalaman ketika kami membantu menyambut kedatangan Ibu Wakil Walikota Kediri dalam acara PKK di Kelurahan Kemas, yang memberi gambaran nyata bagaimana UMKM bisa menjadi bagian dari kegiatan pemerintahan. Puncak dari rangkaian partisipasi ini terjadi menjelang akhir magang, yaitu ketika kami praktek membuat hantaran lamaran dan pernikahan. Hantaran tersebut meliputi jarit, mukena, sepatu, hingga make up, yang dirangkai dengan penuh kreativitas. Hal ini menunjukkan bahwa produk UMKM tidak hanya sekadar barang konsumsi, tetapi juga memiliki makna budaya dan simbol yang penting dalam tradisi masyarakat.

T&T Souvenir telah menjadi UMKM yang cukup baik, terbukti dengan adanya pemesanan produk oleh tokoh penting seperti Wakil Wali Kota maupun lembaga besar seperti Radio Andika. Namun, dalam realitas operasional sehari-hari masih terdapat sejumlah kendala fundamental yang memerlukan sebuah evaluasi dan pengembangan. Dari sisi pemasaran, peluang sebenarnya sangat terbuka luas, namun strategi yang dijalankan belum berjalan secara konsisten. Pesanan dari pihak besar memang memberikan dampak positif, baik dalam bentuk peningkatan citra maupun keuntungan finansial, akan tetapi strategi pemasaran yang bersifat rutin dan berkesinambungan, khususnya melalui pemanfaatan digital marketing, masih belum maksimal. Kondisi ini menyebabkan jangkauan konsumen yang lebih luas belum sepenuhnya dapat tergarap, sehingga potensi ekspansi pasar, baik regional maupun nasional, tidak termanfaatkan secara optimal.

Selanjutnya, permasalahan lain yang krusial adalah dalam aspek administrasi dan pengelolaan keuangan. Sistem pencatatan yang digunakan masih bersifat sederhana dan manual, terbatas pada catatan seadanya sehingga belum memenuhi standar akuntabilitas usaha. Modal, biaya produksi, serta keuntungan belum terpisah secara sistematis uang berisiko menimbulkan kesalahan dalam perhitungan serta menghambat proses evaluasi keuangan. Jika kondisi ini terus berlangsung, maka akan berdampak pada kesulitan dalam menentukan strategi bisnis yang berbasis data, sekaligus menghambat upaya pengembangan usaha menuju tingkat profesional.

Dalam kegiatan magang ini, kami belajar bahwa ada kalanya usaha menghadapi kendala yang cukup serius, terutama ketika permintaan pesanan datang dalam jumlah yang sangat besar. Hal ini membuat seluruh tim produksi harus bekerja ekstra keras dengan waktu yang lebih padat dibanding hari-hari biasa. Tekanan untuk segera menyelesaikan pesanan menyebabkan proses produksi sering dilakukan secara terburu-buru. Kondisi ini bisa memunculkan risiko turunnya kualitas produk, terutama jika tidak ada pengawasan yang memadai.

Sebagai contoh, dalam pembuatan produk berbahan kain, detail kecil seperti kerapian jahitan, presisi potongan, atau hasil akhir dari finishing sangat mudah terlewat jika pekerja sudah terlalu lelah atau dikejar target. Produk yang semestinya memenuhi standar kualitas bisa saja mengalami cacat ringan, dan hal ini tentu berpengaruh pada kepuasan pelanggan. Apabila hal semacam ini dibiarkan berulang, bisa timbul masalah jangka panjang seperti menurunnya kepercayaan konsumen, meningkatnya pengembalian barang (retur), hingga turunnya citra merek di mata pasar. Maka, jelas bahwa keterbatasan sumber daya manusia dalam menghadapi lonjakan pesanan menjadi salah satu tantangan nyata yang harus diantisipasi dengan strategi manajemen produksi yang tepat.

Di sisi lain, fokus yang besar pada pemenuhan pesanan dalam jumlah banyak juga memunculkan kendala lain, yaitu terbatasnya ruang untuk berinovasi dan mengembangkan desain baru. Energi tim lebih banyak tercurah pada pengerjaan pesanan yang sudah ada, sehingga ruang untuk bereksperimen dengan model atau konsep desain yang berbeda menjadi semakin sempit. Padahal, dalam dunia bisnis kreatif, inovasi adalah kunci untuk bertahan menghadapi perubahan selera pasar yang dinamis. Konsumen, khususnya generasi muda, cenderung mudah bosan dengan produk yang monoton. Jika sebuah usaha terlalu lama bermain pada desain yang sama tanpa menghadirkan variasi, ada kemungkinan konsumen beralih ke produk kompetitor yang lebih segar dan inovatif.

Kondisi ini menunjukkan bahwa ada dilema yang kerap dihadapi oleh UMKM. Di satu sisi, memenuhi permintaan pasar dalam jumlah besar adalah peluang besar untuk meningkatkan

omzet dan memperluas jangkauan pasar. Namun di sisi lain, jika semua tenaga dan fokus diarahkan hanya pada produksi massal, maka aspek kualitas dan kreativitas bisa terabaikan. Tantangan semacam ini menjadi pembelajaran penting bagi kami selama mengikuti program magang. Kami belajar bahwa manajemen produksi tidak hanya soal kecepatan memenuhi permintaan, tetapi juga harus tetap menjaga keseimbangan antara kuantitas, kualitas, dan inovasi produk.

Mahasiswa memberikan kontribusi nyata dalam meningkatkan eksposur produk melalui pemanfaatan media sosial yang saat ini menjadi saluran utama pemasaran. Media sosial seperti Instagram dan TikTok telah menjadi platform penting yang mendominasi ruang interaksi digital, terutama karena sifatnya yang visual, interaktif, serta mampu menjangkau audiens secara luas dan cepat. Menurut laporan terbaru We Are Social, Indonesia memiliki pengguna media sosial sebanyak 139 juta pada Januari 2024, yang sejajar dengan 49,9% dari jumlah keseluruhan populasi nasional. Menurut data yang dipublikasikan oleh We Are Social pada tahun 2024, Indonesia menjadi salah satu negara dengan pengguna aktif Instagram terbanyak dengan total 167 juta pengguna aktif (Septrian & Nirmala, 2025). Selain itu juga terdapat data yang diperoleh dari Data Reportal yang menyatakan bahwa pengguna TikTok di Indonesia mencapai 127 juta pengguna aktif (Elcorina, 2025). Oleh karena itu, strategi pemasaran digital yang dilakukan mahasiswa magang difokuskan pada produksi konten visual berupa foto, video, dan konten kreatif lainnya yang dapat menarik perhatian pengguna media sosial.

Proses penguatan keterampilan dan dukungan operasional yang dilakukan dimulai dengan mendokumentasikan produk-produk souvenir, hantaran buket bunga, dan kerajinan lainnya melalui foto dan video. Tidak hanya sekadar mengambil gambar, tetapi mahasiswa juga melakukan proses editing agar hasil yang diunggah memiliki kualitas estetik yang sesuai dengan tren digital marketing masa kini. Selanjutnya, konten tersebut dikemas dalam bentuk video singkat, reels, maupun tren TikTok yang didesain untuk mampu mengikuti algoritma media sosial. Penggunaan musik dan caption menarik juga menjadi strategi tambahan agar konten lebih mudah dijangkau oleh audiens yang luas. Dengan demikian, produk yang sebelumnya hanya dipasarkan secara konvensional, kini dapat menjangkau calon konsumen dari berbagai daerah.

Dengan konten yang dikemas secara profesional, informasi tentang produk souvenir dapat diakses dengan mudah oleh siapa pun. Produk-produk UMKM yang sebelumnya hanya dikenal di sekitar wilayah lokal, kini berpotensi untuk dilihat oleh konsumen dari berbagai daerah di Indonesia. Bahkan, dengan dukungan algoritma media sosial yang dapat menjangkau pengguna lintas negara, bukan tidak mungkin T&T Souvenir by Sani mampu menembus pasar global. Selain itu, mahasiswa magang juga memberikan dampak edukatif bagi pemilik UMKM. Pemilik mulai mengenal secara bertahap bagaimana cara kerja media sosial, strategi pengunggahan konten, hingga pentingnya interaksi dengan audiens. Dengan adanya transfer pengetahuan ini, diharapkan pemilik UMKM ke depannya dapat melanjutkan praktik marketing digital secara mandiri meski sederhana, atau bekerja sama dengan generasi muda di sekitarnya untuk keberlanjutan strategi pemasaran.



Gambar 3. Inovasi & Kerja Tim Mahasiswa dalam Membuat Buket dan Tas Anyaman

Pengelolaan keuangan yang efektif merupakan kunci utama dalam kesuksesan suatu usaha. Pencatatan keuangan yang teratur dan laporan keuangan yang tepat sangat penting untuk memantau kinerja usaha, mengontrol arus kas, dan membuat keputusan yang strategis. Namun, sebagian besar UMKM masih menggunakan metode manual dalam pencatatan, seperti buku kas atau catatan tangan, yang berpotensi menimbulkan kesalahan perhitungan dan ketidaktepatan dalam pelaporan (Permatasari dkk., 2024). Fenomena tersebut juga dialami oleh UMKM T&T Souvenir by Sani yang pencatatan keuangannya masih dilakukan secara sederhana, hanya sebatas catatan manual yang tidak terstruktur. Modal, biaya produksi, serta keuntungan

dicatat seadanya. Kondisi ini berisiko menimbulkan kerugian yang tidak disadari, serta menghambat pengembangan usaha ke arah yang lebih profesional. Dalam konteks inilah, mahasiswa magang yang berbekal keterampilan digital dan literasi keuangan, berperan aktif dalam membantu pemilik usaha menata kembali sistem pencatatan keuangan.

Langkah awal yang dilakukan mahasiswa adalah melakukan identifikasi terhadap sistem pencatatan keuangan yang sudah berjalan. Dari pengamatan, ditemukan bahwa catatan keuangan masih berupa tulisan manual di buku catatan tanpa format yang jelas. Data mengenai modal, biaya bahan baku, biaya produksi, maupun keuntungan tidak dipisahkan secara detail. Mahasiswa kemudian merancang sistem pencatatan sederhana namun terstruktur dengan memanfaatkan Microsoft Excel dan Google Spreadsheet. Kedua aplikasi ini dipilih karena mudah diakses, praktis, dan mampu menyajikan data keuangan secara rapi sekaligus otomatis melalui penggunaan rumus-rumus dasar.

Mahasiswa membuat beberapa lembar kerja (worksheet) khusus untuk setiap komponen keuangan. Selanjutnya, mahasiswa menghubungkan data pada lembar-lembar tersebut agar secara otomatis menghasilkan laporan laba rugi sederhana. Selain pencatatan laba rugi, mahasiswa juga menambahkan fitur sederhana berupa cash flow untuk memantau arus masuk dan keluar uang. Penggunaan Google Spreadsheet yang berbasis daring juga memberikan kemudahan karena data dapat diakses kapan saja dan di mana saja tanpa risiko kehilangan catatan fisik. Partisipasi mahasiswa tidak berhenti pada pembuatan sistem saja, tetapi juga mencakup pendampingan dan pelatihan. Mahasiswa memberikan bimbingan langsung kepada pemilik usaha mengenai cara menggunakan aplikasi Excel dan Spreadsheet. Dengan metode ini, mahasiswa tidak hanya menyelesaikan masalah jangka pendek, tetapi juga memberikan solusi jangka panjang berupa transfer keterampilan yang dapat diterapkan secara mandiri oleh pemilik UMKM.

Dengan pencatatan keuangan yang lebih baik, T&T Souvenir by Sani memiliki peluang untuk mengembangkan usahanya, baik dari segi kapasitas produksi maupun jangkauan pemasaran. Perluasan usaha ini berpotensi membuka lapangan kerja baru bagi masyarakat sekitar serta meningkatkan perputaran ekonomi lokal. Lebih jauh lagi, praktik ini dapat menjadi contoh bagi UMKM lain di lingkungan sekitar untuk mulai menerapkan pencatatan keuangan yang lebih modern dan sistematis. Dengan demikian, partisipasi mahasiswa tidak hanya berkontribusi pada satu UMKM, tetapi juga memiliki efek domino dalam mendorong budaya administrasi keuangan yang lebih baik di kalangan pelaku usaha kecil.

Pada UMKM T&T Souvenir by Sani, keterbatasan sumber daya manusia saat menghadapi pesanan dalam jumlah besar sering kali menimbulkan kendala. Produksi harus dikebut agar pesanan dapat selesai tepat waktu, namun kondisi ini membuat kualitas produk rawan menurun jika tidak diawasi dengan baik. Untuk menyelesaikan problem dikejar target pesanan, diperlukan langkah strategis yang terencana. Salah satu solusi yang dapat diterapkan adalah melakukan perencanaan produksi yang matang dengan menyusun jadwal kerja sesuai prioritas dan volume pesanan. (Rahman Lutfi dkk., 2022) Selain itu, pembagian tugas harus dilakukan secara efisien agar setiap tenaga kerja memiliki tanggung jawab yang jelas sesuai dengan kemampuan masing-masing.

Pada periode tertentu ketika jumlah pesanan meningkat, T&T Souvenir by Sani juga dapat menambah tenaga kerja sementara, baik pekerja harian maupun paruh waktu, sehingga beban produksi tidak menumpuk. Tidak kalah penting, owner perlu menerapkan sistem kontrol kualitas di setiap tahap produksi agar mutu produk tetap terjaga meskipun dalam kondisi dikejar waktu. Jika memungkinkan, pemanfaatan teknologi sederhana atau peralatan pendukung juga dapat menjadi solusi untuk mempercepat proses produksi tanpa mengurangi kualitas. Dengan strategi tersebut, T&T Souvenir by Sani dapat memenuhi target pesanan tepat waktu sekaligus menjaga konsistensi kualitas produk, sehingga kepuasan pelanggan tetap terjaga dan keberlanjutan usaha dapat terjaga. Kualitas produk yang baik dihasilkan dari pengendalian kualitas yang baik pula. (Devi Nurfatimah dkk., 2024)

Salah satu masalah yang sering dihadapi adalah terhambatnya ruang untuk melakukan eksperimen desain baru karena fokus yang lebih besar diarahkan pada pemenuhan pesanan dalam jumlah banyak. Kondisi ini memang membantu menjaga arus kas dan keberlangsungan usaha, tetapi jika dibiarkan dalam jangka panjang, perusahaan berisiko kehilangan kreativitas dan peluang untuk menghasilkan produk inovatif yang menjadi daya tarik utama bagi konsumen. Untuk itu, diperlukan strategi manajemen waktu dan sumber daya manusia secara tepat agar kegiatan produksi dan inovasi dapat berjalan beriringan. Salah satu solusi yang dapat dilakukan adalah membagi alokasi waktu kerja secara proporsional, di mana sebagian orang difokuskan pada penyelesaian pesanan pelanggan, sementara sebagian lainnya diarahkan untuk mengembangkan desain baru.

Dengan adanya pembagian peran ini, pesanan tetap dapat dipenuhi tepat waktu, namun eksperimen desain juga tidak terabaikan. Selain itu, T&T Souvenir by Sani dapat menetapkan jadwal rutin khusus untuk sesi pengembangan produk, misalnya di luar jam produksi padat atau pada periode tertentu setelah pesanan besar selesai dikerjakan. Penguatan kompetensi SDM melalui pelatihan juga penting agar karyawan mampu bekerja lebih produktif sekaligus kreatif. Dengan manajemen waktu dan SDM yang efektif, T&T Souvenir by Sani tidak hanya dapat menjaga ketepatan waktu produksi, tetapi juga tetap konsisten menghasilkan desain inovatif yang mampu meningkatkan daya saing di pasar.

4. KESIMPULAN

Kegiatan magang yang dilaksanakan di UMKM T&T Souvenir by Sani telah memberikan gambaran nyata mengenai bagaimana sebuah usaha kecil menengah beroperasi, menghadapi tantangan, serta mengembangkan potensinya di tengah dinamika pasar yang semakin kompetitif. Melalui program ini, mahasiswa tidak hanya memperoleh pengalaman praktis terkait proses produksi, manajemen, dan pemasaran, tetapi juga memahami peran penting UMKM dalam aspek sosial dan budaya masyarakat. Hal ini menunjukkan bahwa kegiatan pengabdian berupa magang mampu menjadi media efektif untuk menghubungkan teori akademik dengan praktik nyata di lapangan, sekaligus memperkuat peran perguruan tinggi dalam mendukung pemberdayaan ekonomi lokal. Berdasarkan hasil pengamatan dan keterlibatan langsung, dapat disimpulkan bahwa T&T Souvenir memiliki peluang besar untuk berkembang lebih luas karena permintaan produk hantaran, souvenir, serta catering dalam masyarakat masih tinggi, baik untuk acara tradisi maupun kegiatan modern. Kreativitas yang ditunjukkan oleh pemilik dan tim usaha telah menjadi modal penting dalam mempertahankan keunikan produk sekaligus menjaga hubungan baik dengan konsumen. Namun demikian, masih ditemukan kendala mendasar yang perlu mendapat perhatian serius, seperti keterbatasan strategi pemasaran digital yang konsisten, sistem pencatatan keuangan yang masih manual dan belum terstruktur, serta keterbatasan sumber daya manusia yang berimplikasi pada kualitas produk ketika menghadapi lonjakan pesanan.

5. DAFTAR PUSTAKA

- Arianto, B., & Jikhan, F. C. (2025). Pendampingan UMKM Perikanan dalam Pengolahan Ikan Nila menjadi Produk Siap Konsumsi di Desa Kadubeureum. *Welfare : Jurnal Pengabdian Masyarakat*, 3(1), 83–90. <https://doi.org/10.30762/welfare.v3i1.2092>
- Azizah, A. R., Abimasar, A., Pambudi, A. T., Ardiansyah, A. L. P., & Taufiqi, A. (2025). Strategi Branding UMKM melalui Pembuatan Katalog Produk Digital untuk Meningkatkan Daya Saing Kedai Tahu Bakso Mama Jo. *Welfare : Jurnal Pengabdian Masyarakat*, 3(1), 179–184. <https://doi.org/10.30762/welfare.v3i1.2175>
- Agustin, S., Nurhayati, R., Wulan, S., Nur, M. J., & Is, S. S. (2024). Strategi Pengembangan Branding Identitas Lokal Sebagai Pendorong Peningkatan Penjualan Produk UMKM. *Welfare : Jurnal Pengabdian Masyarakat*, 2(2), 321–326. <https://doi.org/10.30762/welfare.v2i2.1429>
- Arif Zunaidi, Fachrial Lailatul Maghfiroh (2025). *Kewirausahaan dan Manajemen Bisnis UMKM: Teori, Praktik, dan Strategi Menuju UMKM Berkelanjutan*. PT Adab Indonesia.
- Damayanti, P. S., Arifin, M. A. R., Hermadiani, F., & Ahmad, A. F. (2025). Pemberdayaan UMKM Melalui Pelatihan Pemasaran dan Branding Produk Era Digital. *Welfare : Jurnal Pengabdian Masyarakat*, 3(3), 404–409. <https://doi.org/10.30762/welfare.v3i3.2607>
- Devi Nurfatimah, Asngadi Asngadi, Sulaeman Miru, & Syamsuddin Syamsuddin. (2024). Pengendalian Proses Produksi Untuk Meningkatkan Kualitas Produk Pada Usaha Out Of The Box Di Kota Palu. *Jurnal Ekonomi dan Pembangunan Indonesia*, 2(1), 200–206. <https://doi.org/10.61132/jepi.v2i1.363>
- dra. (2023, Januari 28). Wali Kota Sampaikan Profil dan Potensi Pengembangan UMKM Kota Kediri Dalam Webinar Nasional Tri Dharma Untuk Negeri. *Dinas Komunikasi dan Informasi Kota Kediri*.
- Elcorina, D. (2025). Pengaruh Social Media Marketing Tiktok Terhadap Impulsive Buying (Survei Terhadap Konsumen Produk Somethinc). *Indonesian Journal of Economics Management and Accounting*, 2(1), 1–9.
- Ernawati, S., & Humaira, P. (2023). Pendampingan Pembuatan Kemasan Produk Pada Produk Rengginang Ubi Desa Raba Baka, Kabupaten Dompu. *Welfare : Jurnal Pengabdian Masyarakat*, 1(2), 297–304. <https://doi.org/10.30762/welfare.v1i2.523>
- Fauzi, M. F., & Zurohman, A. (2023). Pengoptimalan Strategi Pemasaran Produk UMKM Melalui Platform Online Shop pada Komunitas Kreatif Ibu-ibu di Kecamatan Wonotunggal. *Welfare*

- : Jurnal Pengabdian Masyarakat, 1(3), 475–479. <https://doi.org/10.30762/welfare.v1i3.599>
- Hikma, S. N., Nurmala, S., Zhafira, Z., Wanila, S., & Arfian. (2025). Partisipasi Mahasiswa Dalam Bazar Kampus: Praktik Produksi Dan Penjualan “Jelly Fruit Ball” Sebagai Wujud Kegiatan Kewirausahaan. *Kreativitas Pada Pengabdian Masyarakat (Krepa)*, 6(2), 131–140. <https://doi.org/10.34743/dxwpzv74>
- Ignacia, J. E., Safitri, S., Zunaidi, A., Romansyah, N., Safitri, L. D., Batavia, M. A., ... Putri, F. D. R. (2025). Inovasi Kemasan Ramah Lingkungan untuk Produk Gula Merah: Pelatihan Branding bagi UMKM Kampung Baduy Mualaf Lembah Barokah Ciboleger. *Welfare : Jurnal Pengabdian Masyarakat*, 3(1), 185–191. <https://doi.org/10.30762/welfare.v3i1.2169>
- Indriyani, F., Husna Ni'matul Ulya, Indah Trisna Nurhayati, & Lidyyana Dwi Rahayu. (2023). Penerapan Digital Marketing Dalam Mendukung Kegiatan Pemasaran Produk UMKM Masyarakat Bekare . *Welfare : Jurnal Pengabdian Masyarakat*, 1(4), 606–611. <https://doi.org/10.30762/welfare.v1i4.982>
- Masyhri Makhasi, G. Y., Pitaya, P., Firstantin, T. A. R. G., Rohani, E. D., & Pradana, C. S. (2024). Pengembangan Produk Suvenir sebagai Pendukung Wisata Edukasi Sejarah: Pahlawan Nasional Nyi Ageng Serang untuk Kelompok Masyarakat Padukuan Beku di Kabupaten Kulon Progo. *Masyarakat Pariwisata : Journal of Community Services in Tourism*, 5(1), 14–22. <https://doi.org/10.34013/mp.v5i1.1400>
- Ittaqullah, N. (2025). Pelatihan Manajemen Mutu dan Inovasi Produk bagi Pengelola Sentra IKM Kota Kendari. *Welfare : Jurnal Pengabdian Masyarakat*, 3(4), 741–746. <https://doi.org/10.30762/welfare.v3i4.3140>
- Permatasari, P., Wahyuningsih, S., & Ekawanti, W. (2024). Pemanfaatan Microsoft Excel dalam Laporan Keuangan: Upaya Peningkatan Pengelolaan Usaha Toko Sembako Limus Tangerang. *Jurnal Pengabdian Masyarakat Ekonomi Dan Bisnis Digital*, 1(4), 378–382. <https://doi.org/10.70248/jpmebd.v1i4.1676>
- Program Magister Akuntansi, Universitas Indonesia, Jl. Universitas Indonesia Salemba No.5, RW.5, Kenari, Kec. Senen, Kota Jakarta Pusat, Daerah Khusus Ibukota Jakarta 10430, Indonesia, Rahman Lutfi, F., Sasongko, C., & Program Magister Akuntansi, Universitas Indonesia, Jl. Universitas Indonesia Salemba No.5, RW.5, Kenari, Kec. Senen, Kota Jakarta Pusat, Daerah Khusus Ibukota Jakarta 10430, Indonesia. (2022). Perencanaan Produksi dan Manajemen Persediaan pada Perusahaan Kue dan Roti. *Studi Akuntansi dan Keuangan Indonesia*, 5(1), 61–86. <https://doi.org/10.21632/saki.5.1.61-86>
- Rubeda, S. A. K., Fatimah, F., Shiddiq, A. B., Salim, A. N., & Al Ayuby, A. S. (2025). Pemberdayaan Produk UMKM Berbasis Potensi Lokal Melalui Inovasi Produk dan Pemasaran Digital. *Welfare : Jurnal Pengabdian Masyarakat*, 3(4), 753–759. <https://doi.org/10.30762/welfare.v3i4.2880>
- Rinawati, A., Arifah, U., & H, A. F. (2022). Implementasi Model Asset Based Community Development (ABCD) dalam Pendampingan Pemenuhan Kompetensi Leadership Pengurus MWC NU Adimulyo. *Ar-Rihlah: Jurnal Inovasi Pengembangan Pendidikan Islam*, 7(1), 1–11. <https://doi.org/10.33507/ar-rihlah.v7i1.376>
- Rabihat, H., Karimah, H., Muhaimin, H., Akbar, I., & Sihite, M. (2024). Pelatihan Kreatifitas dalam Membuat Produk Bernilai dari Kain Perca untuk Menggerakkan Ekonomi Masyarakat. *Welfare : Jurnal Pengabdian Masyarakat*, 2(2), 276–281. <https://doi.org/10.30762/welfare.v2i2.1473>
- Sauri, R. S., Wasliman, I., & Sunarya, F. R. (2025). Transformasi Pendidikan dan Pengajaran di Institut Agama Islam Al-Zaytun Indonesia: Upaya Meningkatkan Kinerja Institusi. *Jurnal Pendidikan*, 14(2), 2695–2710.
- Septrian, A. A., & Nirmala, A. (2025). Analisis Isi Konten Sosial Media dalam Meningkatkan Engagement pada Akun Instagram @mercurymediagroup.id. *RELASI: Jurnal Penelitian Komunikasi* (e-ISSN: 2807-6818), 5(04), 1–13. <https://doi.org/10.69957/relasi.v5i04.1841>
- Yuwana, H. E., Mahsunah, E., Farin, A., Oktaviani, R. R., Kusuma, L. C., Rizky, M. F., Sholiha, M., Rizal, M., Devayanti, N. S., Andini, I. A. P., & Rahmadani, A. F. (2025). Peranan Mahasiswa dalam Kegiatan Pengabdian Masyarakat untuk Pemberdayaan UMKM Berbasis Digital. *Nusantara Community Empowerment Review*, 3(1), 129–135. <https://doi.org/10.55732/ncer.v3i1.1390>
- Zunaidi, A. (2024). *Metodologi Pengabdian Kepada Masyarakat Pendekatan Praktis untuk Memberdayakan Komunitas*. Yayasan Putra AdiDharma.
- Wati, I. D. A., Nabilahsari, R., Janah, M., Putri, N. M., Alamin, A. B., Hidan, H. H. A., ... Andani, S. F. (2024). Optimalisasi SDM UMKM Gudeg Bu Anjar untuk Melayani Permintaan Melalui Aplikasi Penghantaran Makanan. *Welfare : Jurnal Pengabdian Masyarakat*, 2(4), 789–794. <https://doi.org/10.30762/welfare.v2i4.1643>