

Table Of Content

Journal Cover	2
Author[s] Statement	3
Editorial Team	4
Article information	5
Check this article update (crossmark)	5
Check this article impact	5
Cite this article	5
Title page	6
Article Title	6
Author information	6
Abstract	6
Article content	7

Conflict of Interest Statement

The author declare that the research was conducted in the absence of any commercial or financial relationships that could be construed as a potential conflict of interest.

Copyright Statement

Copyright © Author(s). This article is published under the Creative Commons Attribution (CC BY 4.0) licence. Anyone may reproduce, distribute, translate and create derivative works of this article (for both commercial and non-commercial purposes), subject to full attribution to the original publication and authors. The full terms of this licence may be seen at <http://creativecommons.org/licences/by/4.0/legalcode>

Editorial Team

Editor in Chief

[Dr. Totok Wahyu Abadi](#) ([Universitas Muhammadiyah Sidoarjo, Indonesia](#)) [[Scopus](#)]

Managing Editor

[Mochammad Tanzil Multazam](#) ([Universitas Muhammadiyah Sidoarjo, Indonesia](#)) [[Scopus](#)]

[Rohman Dijaya](#) ([Universitas Muhammadiyah Sidoarjo, Indonesia](#)) [[Scopus](#)]

Member of Editors

[Mahardhika Darmawan Kusuma Wardana](#) ([Universitas Muhammadiyah Sidoarjo, Indonesia](#)) [[Sinta](#)]

[Bobur Sobirov](#) ([Samarkand Institute of Economics and Service, Uzbekistan](#)) [[Google Scholar](#)]

[Farkhod Abdurakhmonov](#) ("[Silk Road](#)" International University of Tourism, Uzbekistan) [[Google Scholar](#)]

[Dr. Nyong Eka Teguh Iman Santosa](#) ([Universitas Islam Negeri Sunan Ampel SURabaya, Indonesia](#)) [[Scopus](#)]

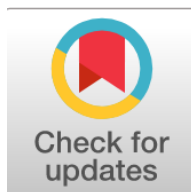
Complete list of editorial team ([link](#))

Complete list of indexing services for this journal ([link](#))

How to submit to this journal ([link](#))

Article information

Check this article update (crossmark)



Check this article impact (*)



Save this article to Mendeley



(*) Time for indexing process is various, depends on indexing database platform

Optimizing Local Human Resources through Entrepreneurship and Economic Education to Improve MSME Performance in Semanding Village, Tuban

Optimalisasi Potensi SDM Lokal Melalui Kewirausahaan dan Pendidikan Ekonomi dalam Meningkatkan Kinerja UMKM di Desa Semanding, Tuban

Yuanis Yuanis, yuanis42@gmail.com, (1)

STIE Muhammadiyah Tuban, Indonesia

Sukistanto Sukistanto, sukistanto777@gmail.com, (0)

STIE Muhammadiyah Tuban, Indonesia

Seputri Ndruru, ndrurup2@gmail.com, (0)

STIE Muhammadiyah Tuban, Indonesia

(1) Corresponding author

Abstract

This community service activity aimed to enhance the capacity of local human resources at UD Sekar Pratiwi, a home industry in Semanding Village, Tuban. The business employed eight local workers with limited educational backgrounds and no previous experience. Through training and mentoring, the program focused on financial literacy, simple bookkeeping using spreadsheets, digitizing product records, and promoting the use of social media (Instagram, TikTok, Facebook, and WhatsApp) for product marketing. As a result, participants showed improved skills in financial documentation and digital marketing, and the business began expanding its market reach online.

Highlights:

- **Capacity Building:** Training improved financial and marketing skills of local workers.
- **Digital Adoption:** Business began using social media for broader online reach.
- **Skill Uplift:** Participants gained practical knowledge despite limited formal education.

Keywords: MSMEs, financial literacy, digital marketing, community empowerment, Semanding

Pendahuluan

UMKM (Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah) memegang peran penting dalam pembangunan ekonomi lokal, khususnya dalam penciptaan lapangan kerja dan pemberdayaan masyarakat[1][2]. Di Desa Semanding, Tuban, UD Sekar Pratiwi menjadi contoh nyata dari pelaku UMKM yang menyerap tenaga kerja lokal[3][4][5]. Namun, rendahnya tingkat pendidikan dan kurangnya keterampilan dasar menjadi tantangan dalam proses produksi dan pengelolaan usaha[6][7]. Pemasaran yang masih konvensional, pencatatan manual, serta kurangnya pemahaman tentang teknologi informasi menjadi hambatan besar dalam peningkatan kinerja dan produktivitas[8][9][10]. Kegiatan pengabdian ini bertujuan untuk menjawab tantangan tersebut melalui pelatihan dan pendampingan kewirausahaan dan literasi ekonomi[11][12][13].

Metode

Kegiatan ini dilaksanakan pada bulan Maret hingga Juni 2025 di lokasi UD Sekar Pratiwi. Pendekatan yang digunakan meliputi: 1. Observasi Awal - Tim pengabdian melakukan pengamatan dan wawancara untuk memahami kondisi dan kebutuhan mitra. 2. Pelatihan Interaktif - Meliputi pelatihan pencatatan keuangan sederhana berbasis Excel, digitalisasi register produk, dan pelatihan pemasaran melalui media sosial. 3. Pendampingan Langsung - Memberikan bimbingan teknis serta pemantauan aplikasi pelatihan secara langsung di tempat kerja.

Hasil dan Pembahasan

1. Peningkatan Kapasitas Laporan KeuanganKaryawan mulai dapat menyusun laporan pemasukan dan pengeluaran harian secara lebih sistematis menggunakan template Excel yang disesuaikan[14].
2. Digitalisasi ProdukPencatatan stok dan jenis produk telah didokumentasikan secara digital, memudahkan pelacakan inventori dan kontrol produksi.
3. Pemanfaatan Media SosialKaryawan dilatih membuat konten sederhana untuk promosi. Akun Instagram dan WhatsApp Business mulai digunakan, dan terdapat peningkatan jangkauan hingga 400% dalam satu bulan.
4. Dampak TerukurTerdapat peningkatan kepercayaan diri, pemahaman tentang pemasaran digital, serta mulai terbukanya peluang penjualan di luar wilayah Tuban[15].

Simpulan

Kegiatan pengabdian ini membuktikan bahwa pendampingan dan pelatihan praktis dapat meningkatkan kapasitas SDM lokal dalam mengelola usaha secara lebih efisien dan modern. Transformasi digital sederhana seperti pencatatan berbasis Excel dan pemasaran melalui media sosial memberikan dampak nyata bagi peningkatan kinerja UMKM.

Ucapan Terima Kasih

Kami mengucapkan terima kasih kepada UD Sekar Pratiwi atas kerja sama dan keterbukaannya selama proses kegiatan berlangsung. Juga kepada seluruh mahasiswa dan tim pengabdian yang telah berkontribusi dengan penuh dedikasi.

References

1. E. Fitrani and H. Munandar, "Strategi peningkatan daya saing UMKM berbasis digital marketing," Jurnal Pengabdian Masyarakat, vol. 4, no. 1, pp. 45-52, 2020.
2. J. F. Hair, W. C. Black, B. J. Babin, and R. E. Anderson, Multivariate Data Analysis, 8th ed. Cengage Learning, 2019.
3. S. Ismail, Marketing 4.0: Moving from Traditional to Digital. John Wiley & Sons, 2017.
4. Kementerian Koperasi dan UKM, Undang-Undang Republik Indonesia Nomor 20 Tahun 2008 tentang UMKM. Jakarta, 2008.
5. P. Kotler and K. L. Keller, Marketing Management, 15th ed. Pearson Education, 2016.
6. M. N. Nasution, Kewirausahaan untuk UMKM. Prenadamedia Group, 2018.
7. Nuryakin and N. Farida, "The influence of product innovation, market orientation, and social media marketing on marketing performance of MSMEs during the COVID-19 pandemic," Journal of Asian Finance, Economics and Business, vol. 7, no. 10, pp. 807-817, 2020, doi: 10.13106/jafeb.2020.vol7.no10.807.
8. Y. T. Prasetyo and R. Setyaningsih, "Empowering MSMEs through financial literacy and digital marketing

- training: A community service approach," *Jurnal Pengabdian Kepada Masyarakat (Indonesian Journal of Community Engagement)*, vol. 7, no. 1, pp. 88-97, 2021.
9. D. Purnamasari and E. N. Aini, "Digital marketing strategy for MSMEs in rural area: Case study of food and beverage business," *Jurnal Manajemen dan Kewirausahaan*, vol. 23, no. 1, pp. 35-43, 2021.
 10. Sugiyono, *Metode Penelitian Kombinasi (Mixed Methods)*. Bandung: Alfabeta, 2021.
 11. T. Suryanto, M. Haseeb, and N. H. Hartani, "The impact of training and innovation on the performance of small and medium enterprises (SMEs)," *International Journal of Entrepreneurship*, vol. 22, no. 3, pp. 1-11, 2018.
 12. R. Susanti and D. Anggraini, "Pemberdayaan UMKM melalui pelatihan pencatatan keuangan sederhana," *Jurnal Abdimas Madani*, vol. 1, no. 2, pp. 112-120, 2019.
 13. C. W. Utami, "The role of digital marketing on strengthening SME's competitiveness," *Journal of Entrepreneurship & Business*, vol. 8, no. 2, pp. 44-53, 2020.
 14. S. Widodo, "Digitalisasi UMKM: Peluang dan tantangan di era Revolusi Industri 4.0," *Jurnal Ekonomi dan Bisnis*, vol. 19, no. 2, pp. 100-112, 2022.
 15. M. Zulkarnain, "Analisis dampak pelatihan pemasaran digital terhadap penjualan UMKM," *Jurnal Ekonomi Digital*, vol. 2, no. 1, pp. 23-34, 2020.