



STRATEGI PENINGKATAN DAYA SAING PRODUK LOKAL MELALUI PELATIHAN INOVASI DAN PEMBUKUAN DIGITAL BAGI UMKM YY CAKE DAN BAKERY DI KOTA BIMA

Rosa Yuliati^{1*}, Sri Astuti², Sabrina³, Imannurwahyudi⁴, Edy Suptratman⁵,
Muhammad Faisal⁶

¹Program Studi Manajemen, Sekolah Tinggi Ilmu Ekonomi (Stie)Bima, Indonesia

Penulis Korespondensi: rosayuliati15@mail.com, sriastuti.stiebima22@gmail.com,

rina34290@gmail.com, edysuptratman.stiebima@gmail.com,

imannurwahyudi.stiebima22@gmail.com, faisal.72114@gmail.com

Abstract *This study aims to improve the competitiveness of local products through product innovation training and digital bookkeeping at YY Cake and Bakery MSMEs in Bima City. YY Cake and Bakery MSMEs are businesses in the food and bakery sector that have the potential to grow, but still face obstacles in the form of limited product innovation and the suboptimal implementation of digital bookkeeping in business financial management, making it difficult for business actors to develop competitive products and carry out systematic financial records. The methods used in this activity include observation, interviews, socialization, training, and mentoring, where observations and interviews are conducted to identify the needs and problems of MSMEs, innovation training is focused on developing more attractive product variations according to consumer needs, and digital bookkeeping training aims to improve the ability to record financial transactions effectively, efficiently, and structured based on digital technology. The results of the activity show that MSMEs have gained a better understanding of the importance of product innovation and digital financial management, are able to develop innovative ideas to improve product quality, and have begun implementing a digital bookkeeping system in their daily business activities, which is expected to increase the competitiveness of local products, strengthen business management, and support the sustainability of MSMEs YY Cake and Bakery in Bima City.*

Keywords: MSMEs, Product Innovation, Digital Bookkeeping, Competitiveness, YY Cake and Bakery.

Abstrak Penelitian ini bertujuan untuk meningkatkan daya saing produk lokal melalui pelatihan inovasi produk dan pembukuan digital pada UMKM YY Cake dan Bakery di Kota Bima. UMKM YY Cake dan Bakery merupakan usaha di bidang makanan dan bakery yang memiliki potensi untuk berkembang, namun masih menghadapi kendala berupa terbatasnya inovasi produk serta belum optimalnya penerapan pembukuan digital dalam pengelolaan keuangan usaha sehingga menyulitkan pelaku usaha dalam mengembangkan produk yang kompetitif dan melakukan pencatatan keuangan secara sistematis. Metode yang digunakan dalam kegiatan ini meliputi observasi, wawancara, sosialisasi, pelatihan, dan pendampingan, di mana observasi dan wawancara dilakukan untuk mengidentifikasi kebutuhan dan permasalahan UMKM, pelatihan inovasi difokuskan pada pengembangan variasi produk yang lebih menarik sesuai kebutuhan konsumen, serta pelatihan pembukuan digital bertujuan meningkatkan kemampuan pencatatan transaksi keuangan secara efektif, efisien, dan terstruktur berbasis teknologi digital. Hasil kegiatan menunjukkan bahwa pelaku UMKM memperoleh pemahaman yang lebih baik mengenai pentingnya inovasi produk dan pengelolaan keuangan digital, mampu mengembangkan ide-ide inovatif untuk meningkatkan kualitas produk, serta mulai menerapkan sistem pembukuan digital dalam kegiatan usaha sehari-hari sehingga diharapkan dapat meningkatkan daya saing produk lokal, memperkuat manajemen usaha, dan mendukung keberlanjutan UMKM YY Cake dan Bakery di Kota Bima.

Kata kunci: UMKM, Inovasi Produk, Pembukuan Digital, Daya Saing, YY Cake dan Bakery.

1. LATAR BELAKANG

Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah (UMKM) merupakan salah satu sektor yang memiliki peran penting dalam mendukung pertumbuhan ekonomi daerah maupun nasional. Keberadaan UMKM tidak hanya berkontribusi terhadap penciptaan lapangan kerja, tetapi juga menjadi penggerak utama aktivitas ekonomi masyarakat. Di tengah perkembangan teknologi dan persaingan usaha yang semakin ketat, pelaku UMKM dituntut untuk terus meningkatkan daya saing produknya agar mampu bertahan dan berkembang. Salah satu upaya yang dapat dilakukan adalah melalui inovasi produk dan penerapan sistem pembukuan digital yang efektif (Tambunan, 2019).

Industri makanan dan minuman, termasuk usaha bakery, merupakan salah satu sektor UMKM yang mengalami perkembangan cukup pesat. Meningkatnya jumlah pelaku usaha di bidang yang sama menyebabkan persaingan pasar semakin kompetitif. Kondisi tersebut menuntut pelaku usaha untuk mampu menghadirkan produk yang memiliki nilai tambah melalui inovasi, baik dari segi rasa, bentuk, kemasan, maupun strategi pemasaran. Inovasi produk menjadi faktor penting yang dapat meningkatkan daya tarik konsumen serta menciptakan keunggulan kompetitif bagi UMKM dalam menghadapi persaingan pasar (Kotler & Keller, 2016).

Selain inovasi produk, pengelolaan keuangan yang baik juga menjadi aspek penting dalam keberlangsungan usaha. Namun, masih banyak pelaku UMKM yang melakukan pencatatan keuangan secara sederhana bahkan belum melakukan pembukuan secara teratur. Kondisi ini menyebabkan pelaku usaha kesulitan dalam mengetahui kondisi keuangan usaha, menghitung keuntungan secara akurat, serta merencanakan pengembangan usaha di masa mendatang. Pemanfaatan teknologi digital dalam sistem pembukuan menjadi solusi yang dapat membantu UMKM melakukan pencatatan transaksi secara lebih efektif, efisien, dan akurat (Nurlinda & Sinuraya, 2020).

Menurut Tambunan (2019), daya saing UMKM dipengaruhi oleh kemampuan pelaku usaha dalam melakukan inovasi serta mengelola sumber daya usaha secara optimal, termasuk dalam aspek manajemen keuangan. Penerapan teknologi digital pada proses bisnis UMKM juga menjadi salah satu faktor penting yang dapat meningkatkan efisiensi operasional dan memperluas peluang pasar. Oleh karena itu, inovasi produk dan

digitalisasi pembukuan menjadi dua aspek yang saling mendukung dalam meningkatkan daya saing UMKM (Tambunan, 2019).

Beberapa penelitian terdahulu menunjukkan bahwa pelatihan inovasi dan digitalisasi pembukuan memberikan dampak positif terhadap perkembangan usaha UMKM. Penelitian yang dilakukan oleh Sari et al. (2023) menunjukkan bahwa pelatihan inovasi produk mampu meningkatkan kreativitas pelaku UMKM dalam mengembangkan variasi produk sehingga lebih diminati konsumen. Hasil penelitian tersebut juga menunjukkan adanya peningkatan nilai jual produk setelah dilakukan pendampingan inovasi (Sari et al., 2023).

Selanjutnya, penelitian yang dilakukan oleh Pramesti dan Ubaidillah (2023) menyatakan bahwa penerapan teknologi digital dalam pengelolaan usaha mampu meningkatkan kemampuan pelaku UMKM dalam melakukan pencatatan transaksi dan penyusunan laporan keuangan secara lebih sistematis. Digitalisasi pembukuan juga membantu pelaku usaha dalam memantau arus kas serta mengambil keputusan bisnis yang lebih tepat berdasarkan data keuangan yang tersedia (Pramesti & Ubaidillah, 2023).

Penelitian lain yang dilakukan oleh Sary et al. (2025) menjelaskan bahwa program pendampingan berbasis digital pada UMKM memberikan dampak positif terhadap peningkatan kapasitas manajerial pelaku usaha. Melalui pemanfaatan teknologi digital, UMKM menjadi lebih adaptif terhadap perubahan lingkungan bisnis serta mampu meningkatkan daya saing produk yang dimiliki (Sary et al., 2025).

UMKM YY Cake dan Bakery merupakan salah satu usaha yang bergerak di bidang produksi makanan dan bakery di Kota Bima. Berdasarkan hasil observasi awal, usaha ini memiliki potensi yang cukup besar untuk berkembang karena menawarkan berbagai produk yang diminati masyarakat. Namun demikian, masih terdapat beberapa kendala yang dihadapi, antara lain terbatasnya inovasi produk yang dilakukan secara berkelanjutan serta belum optimalnya penerapan sistem pembukuan digital dalam pengelolaan keuangan usaha. Pencatatan transaksi masih dilakukan secara sederhana sehingga menyulitkan pelaku usaha dalam melakukan evaluasi dan perencanaan bisnis.

Berdasarkan permasalahan tersebut, diperlukan suatu program pendampingan melalui pelatihan inovasi produk dan pembukuan digital guna meningkatkan kapasitas

usaha serta daya saing produk lokal yang dihasilkan oleh UMKM YY Cake dan Bakery. Melalui kegiatan ini diharapkan pelaku usaha mampu menghasilkan produk yang lebih inovatif, meningkatkan kualitas pengelolaan keuangan, serta memperkuat posisi usaha di tengah persaingan pasar. Dengan demikian, UMKM YY Cake dan Bakery dapat berkembang secara berkelanjutan dan memberikan kontribusi yang lebih besar terhadap perekonomian masyarakat di Kota Bima

2. Analisis Masalah / Gap Analysis

Meskipun berbagai penelitian terdahulu telah menunjukkan bahwa inovasi produk dan digitalisasi pembukuan dapat meningkatkan daya saing UMKM, implementasinya di lapangan masih menghadapi berbagai kendala. Banyak pelaku UMKM, khususnya di sektor makanan dan bakery, masih menjalankan usaha dengan metode konvensional baik dalam pengembangan produk maupun pengelolaan keuangan. Kondisi ini menyebabkan produk yang dihasilkan kurang memiliki variasi dan nilai tambah yang mampu menarik minat konsumen secara lebih luas.

Di sisi lain, perkembangan teknologi digital telah menyediakan berbagai aplikasi yang dapat membantu pelaku usaha dalam melakukan pencatatan keuangan secara praktis dan sistematis. Namun, kenyataannya masih banyak pelaku UMKM yang belum memanfaatkan teknologi tersebut karena keterbatasan pengetahuan, keterampilan, serta anggapan bahwa penggunaan sistem digital cukup rumit untuk diterapkan dalam usaha skala kecil. Akibatnya, pencatatan transaksi masih dilakukan secara manual sehingga sering menimbulkan kesalahan dalam perhitungan pendapatan, pengeluaran, dan laba usaha.

Kondisi serupa juga ditemukan pada UMKM YY Cake dan Bakery di Kota Bima. Berdasarkan hasil observasi awal, usaha ini memiliki potensi yang cukup besar untuk berkembang karena menawarkan berbagai produk bakery yang diminati masyarakat. Akan tetapi, inovasi produk yang dilakukan masih terbatas dan pengelolaan keuangan usaha belum didukung oleh sistem pembukuan digital yang terstruktur. Kesenjangan (gap) antara potensi usaha yang dimiliki dengan kemampuan pengelolaan inovasi dan keuangan berbasis digital menjadi salah satu faktor yang menghambat peningkatan daya saing usaha.

Oleh karena itu, diperlukan suatu program pendampingan yang berfokus pada pelatihan inovasi produk dan pembukuan digital guna meningkatkan kemampuan pelaku usaha dalam mengembangkan produk yang lebih kreatif serta mengelola keuangan secara efektif. Melalui kegiatan ini diharapkan UMKM YY Cake dan Bakery mampu meningkatkan kualitas usaha, memperkuat daya saing produk lokal, dan memperluas peluang pasar secara berkelanjutan.

3. Tujuan Penelitian / Kegiatan

Berdasarkan analisis situasi dan permasalahan yang telah dipaparkan, maka tujuan pelaksanaan kegiatan penelitian dan pendampingan ini adalah sebagai berikut:

1. Meningkatkan Kemampuan Inovasi Produk

Memberikan pelatihan dan pendampingan kepada pelaku UMKM YY Cake dan Bakery dalam mengembangkan inovasi produk yang lebih kreatif, menarik, dan sesuai dengan kebutuhan serta preferensi konsumen.

2. Meningkatkan Keterampilan Pengelolaan Keuangan

Membantu pelaku UMKM memahami pentingnya pembukuan usaha serta meningkatkan kemampuan dalam melakukan pencatatan transaksi keuangan secara teratur, akurat, dan sistematis.

3. Menerapkan Sistem Pembukuan Digital

Memberikan edukasi dan pelatihan penggunaan aplikasi pembukuan digital yang mudah dioperasikan sehingga pelaku usaha dapat mengelola data keuangan secara lebih efektif dan efisien.

4. Meningkatkan Daya Saing Produk Lokal

Mendorong peningkatan kualitas produk dan manajemen usaha melalui penerapan inovasi produk serta digitalisasi pembukuan sehingga mampu meningkatkan daya saing UMKM YY Cake dan Bakery di tengah persaingan pasar.

5. Mewujudkan Kemandirian dan Keberlanjutan Usaha

Membekali pelaku UMKM dengan pengetahuan dan keterampilan yang dapat diterapkan secara berkelanjutan dalam pengembangan usaha, sehingga

mampu mendukung pertumbuhan dan keberlangsungan bisnis di masa mendatang.

1. METODE PELAKSANAAN

Kegiatan bimbingan ini dirancang melalui beberapa tahapan sistematis dengan pendekatan partisipatif, edukatif, dan kolaboratif antara tim pelaksana dan pelaku UMKM. Metode pelaksanaannya dibagi menjadi empat tahap utama sebagai berikut:

1. Observasi

Kegiatan observasi dilakukan melalui pengamatan langsung di lokasi usaha UMKM YY Cake dan Bakery yang beralamat di Pane Kota Bima. Observasi merupakan salah satu metode pengumpulan data yang bertujuan untuk memperoleh informasi secara nyata mengenai kondisi usaha, aktivitas operasional, serta permasalahan yang dihadapi oleh pelaku UMKM. Menurut Hudy et al. (2025), observasi lapangan memberikan gambaran yang lebih akurat mengenai kebutuhan dan kondisi aktual mitra sehingga program pendampingan dapat disusun secara tepat sasaran. Selain itu, Bilillah (2024) menjelaskan bahwa proses identifikasi kebutuhan UMKM melalui observasi menjadi langkah awal yang penting dalam merancang program pengembangan usaha yang sesuai dengan kondisi lapangan.

Pada tahap ini, tim melakukan kunjungan langsung ke lokasi usaha untuk mengamati berbagai aktivitas yang berlangsung. Pengamatan dilakukan terhadap proses produksi produk bakery, pengelolaan bahan baku, proses pelayanan kepada pelanggan, serta sistem pencatatan keuangan yang diterapkan oleh pemilik usaha. Selain itu, tim juga memperhatikan kondisi tempat usaha, strategi pemasaran yang digunakan, serta interaksi antara pemilik usaha dengan konsumen dalam kegiatan jual beli sehari-hari.

Selama proses observasi, dilakukan pula wawancara awal dengan pemilik UMKM YY Cake dan Bakery guna memperoleh informasi yang lebih mendalam mengenai perkembangan usaha, kendala yang dihadapi, dan kebutuhan yang diperlukan untuk mendukung peningkatan usaha. Hasil observasi menunjukkan bahwa UMKM YY Cake dan Bakery memiliki potensi yang cukup baik dalam mengembangkan produk lokal yang dimiliki.

Namun, masih ditemukan beberapa kendala, seperti terbatasnya inovasi produk yang dilakukan secara berkelanjutan serta belum optimalnya sistem pembukuan yang digunakan dalam mengelola keuangan usaha.

Berdasarkan hasil pengamatan tersebut, diketahui bahwa pencatatan transaksi usaha masih dilakukan secara sederhana sehingga menyulitkan pemilik usaha dalam memantau kondisi keuangan dan menghitung keuntungan usaha secara akurat. Selain itu, variasi produk yang ditawarkan masih dapat dikembangkan lebih lanjut agar mampu meningkatkan daya tarik konsumen dan memperkuat daya saing usaha. Oleh karena itu, hasil observasi ini menjadi dasar dalam penyusunan program pelatihan inovasi produk dan pembukuan digital sebagai upaya untuk meningkatkan kapasitas dan daya saing UMKM YY Cake dan Bakery di Kota Bima.

2. Sosialisasi dan Pemberian Edukasi

Sosialisasi tentang merek kepada UMKM bertujuan untuk meningkatkan wawasan mengenai signifikansi branding dalam pertumbuhan UMKM. (Setiawan & Purwanto, 2024) Setelah kebutuhan terpetakan, dilaksanakan kegiatan penyuluhan singkat yang membahas:

- a. Peran penting identitas visual dalam pengembangan merek UMKM
- b. Elemen dasar dalam desain logo serta prinsip estetika visual
- c. Cara pembuatan dan penerapan logo ke dalam media promosi seperti kemasan dan banner.

Tujuan tahap ini adalah membekali pelaku UMKM dengan pengetahuan dasar mengenai branding visual agar mereka dapat memahami proses serta manfaat yang dapat diperoleh.

3. Pendampingan dan Proses Desain Logo

Perancangan sebuah logo meliputi berbagai langkah yang mencakup penelitian, pemetaan pikiran, memilih kata kunci, menyusun moodboard, menggambar sketsa awal dengan tangan, menciptakan beberapa pilihan desain logo secara digital, memilih desain logo yang paling cocok untuk merepresentasikan merek, dan menghasilkan logo akhir yang lengkap dengan slogan. Selanjutnya, tim pelaksana akan mengadakan sesi konsultasi individu dengan UMKM. Kegiatan dalam tahap ini meliputi:

- a) Identifikasi karakter dan nilai usaha sebagai dasar pengembangan konsep visual
 - b) Pembuatan sketsa dan eksplorasi desain logo yang sesuai dengan karakteristik usaha
 - c) Finalisasi logo yang siap digunakan
Proses ini dilaksanakan secara kolaboratif, sehingga pelaku UMKM dapat memberikan masukan selama perancangan berlangsung.
4. Tahap Evaluasi dan Keberlanjutan
- Tahap akhir dari pelaksanaan kegiatan ini adalah melakukan evaluasi terhadap hasil pendampingan yang telah dilaksanakan. Evaluasi dilakukan melalui wawancara akhir dan diskusi reflektif bersama pemilik UMKM YY CAKE DAN BAKERY. Indikator keberhasilan dievaluasi berdasarkan kesesuaian logo dengan ekspektasi mitra, peningkatan pemahaman mitra mengenai pentingnya identitas visual, serta kesiapan mitra dalam mengimplementasikan logo baru tersebut pada kemasan produk asli maupun media digital.

2. HASIL DAN PEMBAHASAN

Pelaksanaan kegiatan pelatihan inovasi produk dan pembukuan digital pada UMKM YY Cake dan Bakery di Kota Bima berjalan dengan baik dan mendapat respon positif dari pelaku usaha. Kegiatan ini dilakukan untuk membantu UMKM dalam meningkatkan daya saing produk lokal melalui pengembangan inovasi produk serta penerapan sistem pembukuan digital yang lebih efektif dan terstruktur. Partisipasi aktif dari pemilik usaha menjadi faktor pendukung utama dalam kelancaran seluruh rangkaian kegiatan.

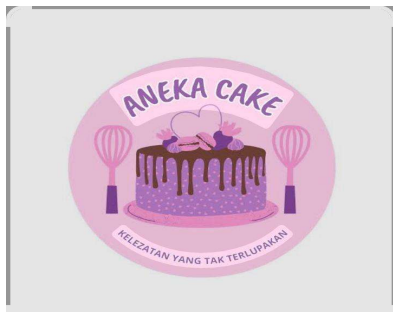
Adapun hasil dari kegiatan ini sebagai berikut:

1. Penentuan aplikasi

Dalam pembuatan logo umkm kami menggunakan aplikasi canva, alasan kami memilih canva dikarenakan aplikasi ini salah satu yang paling populer untuk pelaku UMKM atau jualan online karena kemudahannya, dengan fitur utama yang mendukung pembuatan logo seperti pustaka elemen, kombinasi font, brand kit, dan magic edit.

STRATEGI PENINGKATAN DAYA SAING PRODUK LOKAL MELALUI PELATIHAN INOVASI DAN PEMBUKUAN DIGITAL BAGI UMKM YY CAKE DAN BAKERY DI KOTA BIMA

2. Penentuan warna yang cocok untuk logo, sebelum menentukan gambar atau animasi kami berdiskusi dengan pemilik umkm warna apa yang cocok untuk logo usaha yang akan menjadi identitas bagi usaha tersebut. Dipasar yang padat, warna membantu mengenali suatu brand dengan cepat. Tanpa warna yang kuat brand akan sulit dibedakan dari pesaing.
3. Peningkatan pemahaman dalam pembuatan logo.



Gambar 1. Logo yang dibuat untuk UMKM

Gambar 1 merupakan contoh yang telah kami buat dan diskusikan bersama pemilik umkm yang kami bina, logo diatas kami diskusikan untuk menjadi identitas visual untuk umkm yy cake dan bakery. Setelah di diskusikan pemilik usaha memilih logo ini dikarenakan logo ini sesuai dengan visual usahanya dan warnanya juga senada.

4. Hasil Kegiatan Pembukuan Digital

REKAPITULASI DATA PEMBUKUAN									
NO	UJIAN	WAKTU	ALAT	LOKASI	WAKTU	ALAT	LOKASI	WAKTU	ALAT
1	UJIAN	15	10000	10	10000	10000	10000	10000	10000
2	UJIAN	15	10000	10	10000	10000	10000	10000	10000
3	UJIAN	15	10000	10	10000	10000	10000	10000	10000
4	UJIAN	15	10000	10	10000	10000	10000	10000	10000
5	UJIAN	15	10000	10	10000	10000	10000	10000	10000
6	UJIAN	15	10000	10	10000	10000	10000	10000	10000
7	UJIAN	15	10000	10	10000	10000	10000	10000	10000
8	UJIAN	15	10000	10	10000	10000	10000	10000	10000
9	UJIAN	15	10000	10	10000	10000	10000	10000	10000
10	UJIAN	15	10000	10	10000	10000	10000	10000	10000
11	UJIAN	15	10000	10	10000	10000	10000	10000	10000
12	UJIAN	15	10000	10	10000	10000	10000	10000	10000
13	UJIAN	15	10000	10	10000	10000	10000	10000	10000
14	UJIAN	15	10000	10	10000	10000	10000	10000	10000
15	UJIAN	15	10000	10	10000	10000	10000	10000	10000
16	UJIAN	15	10000	10	10000	10000	10000	10000	10000
17	UJIAN	15	10000	10	10000	10000	10000	10000	10000
18	UJIAN	15	10000	10	10000	10000	10000	10000	10000
19	UJIAN	15	10000	10	10000	10000	10000	10000	10000
20	UJIAN	15	10000	10	10000	10000	10000	10000	10000

Gambar 2. Pembukuan Digital

Gambar 2 merupakan contoh yang telah kami buat dan diskusikan bersama pemilik umkm yang kami bina, pembukuan yang di buat menggunakan aplikasi excel agar memudahkan mencatat pengeluaran, pemasukan, dll.

3. Aktifitas Pembinaan Pembuatan Logo dan Pembukuan Digital

Berikut ini adalah beberapa foto pada saat pembuatan dan diskusi:



Gambar 3. Pengenalan pembuatan logo dan pembukuan digital.

Berdasarkan kegiatan yang telah dilaksanakan, proses pengenalan inovasi produk dan pembukuan digital pada UMKM YY Cake dan Bakery dilakukan melalui interaksi langsung dan kolaboratif antara tim pelaksana dengan pemilik usaha yang berlokasi di Pane Kota Bima. Dokumentasi kegiatan ini menunjukkan adanya proses transfer pengetahuan (*knowledge transfer*) secara langsung mengenai pentingnya inovasi produk dalam meningkatkan daya tarik konsumen serta pemanfaatan pembukuan digital sebagai alat pengelolaan keuangan usaha yang lebih efektif dan sistematis.

Pada tahap pengenalan inovasi produk, kegiatan dilakukan dengan memberikan pemahaman kepada pelaku UMKM mengenai pentingnya pengembangan variasi produk bakery agar lebih kompetitif di pasar. Pendekatan ini dilakukan dengan mengamati langsung proses produksi yang dilakukan oleh mitra, sehingga ide-ide inovasi yang diberikan dapat disesuaikan dengan kondisi nyata usaha. Dalam suasana yang partisipatif, pelaku usaha diperkenalkan dengan konsep pengembangan produk, seperti variasi rasa, peningkatan tampilan produk, serta inovasi dalam pengemasan yang lebih menarik dan higienis.

Sementara itu, pada tahap pengenalan pembukuan digital, pelaku UMKM diberikan pendampingan dalam penggunaan aplikasi pencatatan keuangan sederhana berbasis digital. Kegiatan ini dilakukan secara bertahap mulai dari pengenalan fitur dasar seperti pencatatan pemasukan dan pengeluaran, pengelompokan transaksi, hingga pemahaman mengenai laporan sederhana laba rugi usaha. Pendampingan ini bertujuan agar pelaku usaha mampu beralih dari

sistem pencatatan manual ke sistem digital yang lebih terstruktur dan mudah dipahami.

Diskusi dua arah yang dilakukan selama kegiatan berlangsung sangat penting untuk menggali kebutuhan dan kemampuan pelaku usaha, sehingga sistem inovasi produk dan pembukuan digital yang diperkenalkan dapat benar-benar sesuai dengan kondisi UMKM YY Cake dan Bakery. Pendekatan ini terbukti efektif dalam meningkatkan pemahaman pelaku usaha terhadap pentingnya inovasi dan pengelolaan keuangan, sekaligus menurunkan kesulitan dalam adaptasi penggunaan teknologi baru.

Dengan adanya pendampingan ini, pelaku UMKM tidak hanya memperoleh pengetahuan teoritis, tetapi juga keterampilan praktis dalam mengembangkan produk serta mengelola keuangan usaha secara digital, sehingga diharapkan dapat meningkatkan daya saing dan keberlanjutan usaha di tengah persaingan pasar yang semakin kompetitif di Kota Bima.

KESIMPULAN

Berdasarkan seluruh tahapan kegiatan pengabdian dan pembinaan yang telah dilaksanakan pada UMKM YY CAKE DAN BAKERY DI KOTA BIMA, maka dapat ditarik beberapa kesimpulan secara terperinci sebagai berikut:

1. Keberhasilan Pelatihan Inovasi Produk
Kegiatan ini berhasil meningkatkan pemahaman dan kemampuan pelaku UMKM dalam mengembangkan inovasi produk, khususnya dalam variasi menu, pengolahan, dan penyajian produk bakery agar lebih menarik dan sesuai dengan selera konsumen.
2. Peningkatan Kemampuan Pembukuan Digital
Melalui pelatihan pembukuan digital, pelaku UMKM telah memahami pentingnya pencatatan keuangan yang lebih sistematis, efektif, dan berbasis teknologi, sehingga dapat membantu dalam memantau pendapatan, pengeluaran, serta keuntungan usaha secara lebih akurat.
3. Pengembangan Identitas Usaha (Logo Sederhana)
Kegiatan pendampingan juga menghasilkan penguatan identitas usaha melalui pembuatan/penyempurnaan logo sederhana UMKM YY Cake dan Bakery yang digunakan sebagai identitas visual pada kemasan dan media promosi. Hal ini membantu meningkatkan daya tarik produk dan memperkuat branding usaha.
4. Peningkatan Daya Saing Produk Lokal
Kombinasi antara inovasi produk, pembukuan digital, dan penguatan identitas visual usaha memberikan dampak positif terhadap peningkatan daya saing UMKM YY Cake

dan Bakery, baik dari segi kualitas produk, pengelolaan usaha, maupun daya tarik konsumen di pasar lokal.

SARAN

Demi keberlanjutan dan optimalisasi hasil dari kegiatan pembinaan identitas visual ini, beberapa saran terperinci yang dapat direkomendasikan adalah sebagai berikut:

1. Bagi Pelaku UMKM (YY Cake dan Bakery)

Pelaku usaha diharapkan dapat terus menerapkan hasil pelatihan, baik dalam pengembangan inovasi produk secara berkelanjutan, penggunaan pembukuan digital secara konsisten, serta penggunaan logo/identitas usaha pada seluruh media promosi dan kemasan produk untuk memperkuat branding usaha.

2. Penguatan Inovasi Produk Berkelanjutan

UMKM disarankan untuk terus melakukan inovasi produk secara rutin, baik dari segi rasa, tampilan, maupun kemasan, agar mampu mengikuti perkembangan tren pasar dan meningkatkan minat konsumen.

3. Optimalisasi Pembukuan Digital

Pelaku usaha diharapkan tidak hanya menggunakan pembukuan digital secara dasar, tetapi juga mengembangkan pencatatan yang lebih lengkap seperti laporan laba rugi sederhana agar dapat digunakan sebagai dasar pengambilan keputusan usaha.

4. Pengembangan Branding dan Identitas Usaha

Logo yang telah dibuat sebaiknya terus digunakan secara konsisten pada seluruh media usaha seperti kemasan, banner, dan media sosial agar tercipta identitas merek yang kuat dan mudah dikenali oleh konsumen.

5. Bagi Pihak Pengabdian Selanjutnya

Kegiatan berikutnya disarankan untuk dikembangkan pada aspek pemasaran digital (digital marketing), pengelolaan media sosial, serta pengembangan strategi penjualan online agar jangkauan pasar UMKM semakin luas.

6. Bagi Pemerintah Daerah

Diharapkan adanya dukungan program pelatihan UMKM yang berkelanjutan, khususnya dalam bidang inovasi produk, digitalisasi usaha, dan penguatan branding agar UMKM di Kota Bima dapat terus berkembang dan bersaing di tingkat yang lebih luas.

DAFTAR REFERENSI

- Bator, R. J., Bryan, A. D., & Schultz, P. W. (2011).** Who Gives a Hoot?: Intercept Surveys of Litterers and Disposers. *Environment and Behavior*, 43(3), 295–315. <https://doi.org/10.1177/0013916509356884> (Referensi bawaan).
- Bilillah. (2024).** (Dikutip pada bagian METODE PELAKSANAAN - Tahap Observasi untuk identifikasi kebutuhan UMKM).
- Hidayati, S.N. (2016).** Pengaruh Pendekatan Keras dan Lunak Pemimpin Organisasi terhadap Kepuasan Kerja dan Potensi Mogok Kerja Karyawan. *Jurnal Maksipreneur: Manajemen, Koperasi, dan Entrepreneurship*, 5(2), 57-66. <http://dx.doi.org/10.30588/SOSHUMDIK.v5i2.164> (Referensi bawaan).
- Hudy, et al. (2025).** (Dikutip pada bagian METODE PELAKSANAAN - Tahap Observasi terkait gambaran kondisi aktual mitra).
- Kotler, P., & Keller, K. L. (2016).** (Dikutip pada bagian LATAR BELAKANG terkait teori keunggulan kompetitif dan inovasi produk).
- Nurlinda, & Sinuraya. (2020).** (Dikutip pada bagian LATAR BELAKANG terkait pemanfaatan teknologi digital dalam sistem pembukuan keuangan).
- Pramesti, & Ubaidillah. (2023).** (Dikutip pada bagian LATAR BELAKANG terkait penerapan teknologi digital dalam pencatatan transaksi sistematis).
- Risdwiyanto, A. & Kurniyati, Y. (2015).** Strategi Pemasaran Perguruan Tinggi Swasta di Kabupaten Sleman Yogyakarta Berbasis Rangsangan Pemasaran. *Jurnal Maksipreneur: Manajemen, Koperasi, dan Entrepreneurship*, 5(1), 1-23. <http://dx.doi.org/10.30588/SOSHUMDIK.v5i1.142> (Referensi bawaan).
- Sari, et al. (2023).** (Dikutip pada bagian LATAR BELAKANG terkait dampak pelatihan inovasi produk terhadap kreativitas UMKM).
- Sary, et al. (2025).** (Dikutip pada bagian LATAR BELAKANG terkait program pendampingan berbasis digital untuk kapasitas manajerial).
- Setiawan, & Purwanto. (2024).** (Dikutip pada bagian METODE PELAKSANAAN - Sosialisasi terkait signifikansi branding pada pertumbuhan UMKM).
- Tambunan. (2019).** (Dikutip pada bagian LATAR BELAKANG terkait daya saing UMKM, inovasi, dan pengelolaan sumber daya keuangan).