

Optimalisasi Digital Marketing dalam Meningkatkan Pendapatan UMKM Kelurahan Warmon

Sabaria*¹, Satria Lintang Rachmadana², Canggih Aralia Ode³

¹Bisnis Digital, Fakultas Ekonomi Bisnis dan Humaniora, Universitas Pendidikan Muhammadiyah Sorong, Indonesia

²Manajemen, Fakultas Ekonomi Bisnis dan Humaniora, Universitas Pendidikan Muhammadiyah Sorong, Indonesia

³Ilmu Komunikasi, Fakultas Sosia, Hukum dan Ilmu Politik, Universitas Pendidikan Muhammadiyah Sorong, Indonesia

*e-mail: riasabaria22@gmail.com¹, satrialintang@unimudasorong.ac.id², anggiaprilia32@gmail.com³

Abstrak

Program pengabdian ini bertujuan untuk meningkatkan kapasitas UMKM Sinagi Papua dalam aspek pemasaran digital dan manajemen keuangan melalui pelatihan, pendampingan, serta penerapan inovasi teknologi. Kegiatan dilakukan melalui observasi, FGD, pelatihan digital marketing, optimalisasi website, penguatan konten berbasis SEO, serta integrasi media sosial. Hasilnya menunjukkan peningkatan signifikan pada performa pemasaran digital, ditandai dengan kenaikan traffic website sebesar 35%, peningkatan durasi kunjungan, serta pertumbuhan pengikut media sosial hingga 20%. Pada aspek keuangan, penerapan pencatatan berbasis SAK EMKM membuat mitra mampu menyusun laporan keuangan sederhana secara lebih tertib dan akurat. Secara keseluruhan, program ini berhasil meningkatkan profesionalitas, visibilitas, dan kemandirian UMKM Sinagi Papua melalui pemanfaatan teknologi digital dan penguatan kapasitas manajemen usaha.

Kata Kunci: Pemasaran Digital, Pendampingan, UMKM, Website

Abstract

This community engagement program aims to enhance the capacity of the Sinagi Papua UMKM in digital marketing and financial management through training, mentoring, and the application of technological innovations. The activities included observations, focus group discussions, digital marketing workshops, website optimization, SEO-based content development, and social media integration. The results indicate a significant improvement in digital marketing performance, marked by a 35% increase in website traffic, longer visit duration, and a 20% growth in social media followers. In the financial aspect, the implementation of SAK EMKM-based bookkeeping enabled the partners to prepare simple financial reports more accurately and consistently. Overall, the program succeeded in strengthening the professionalism, visibility, and independence of the Sinagi Papua UMKM through digital technology utilization and enhanced business management skills.

Keywords: Digital Marketing, MSMEs, Website Optimization, Mentoring

1. PENDAHULUAN

Kelurahan Warmon berada di Kecamatan Aimas, Kabupaten Sorong, Provinsi Papua Barat Daya yang dihuni oleh masyarakat mayoritas Orang Asli Papua. Kelurahan Warmon merupakan salah satu kampung KB percontohan dengan jumlah minimal 725 jiwa atau 105 kepala keluarga. Terdapat dua potensi alam yang terdapat di Kelurahan Warmon, yakni tanaman sagu, yang kini menjadi salah satu komoditas utama yang dapat memberikan manfaat ekonomi bagi masyarakat setempat. Selain sagu, Kelurahan Warmon juga memiliki potensi alam lainnya, yaitu nipa (sejenis pohon mangrove). Nipa dapat dimanfaatkan untuk berbagai produk, seperti gula nipah, minuman nipah, garam nipah dan berbagai kerajinan tangan dari daun nipah. pengolahan nipa secara berkelanjutan dapat mendukung ekonomi lokal dengan menyediakan peluang usaha baru, seperti industri rumahan yang berbasis pada produk nipah. Berdasarkan dari Rencana Pembangunan Daerah (RPD) Kabupaten Sorong Tahun 2023 ditemukan data bahwa daya dukung kelembagaan dan tatakelola pemerintah, jangkauan dan kualitas pengelolaan sumber daya alam, Tingkat kesejahteraan masyarakat masih rendah. Temuan ini didukung dengan data BPS Kabupaten Sorong

yang menunjukkan bahwa angka kemiskinan sejak tahun 2019 – 2021 terus meningkat, Terdapat Kelompok UMKM yang bernama Sinagi Papua yang dibentuk sejak 9 Maret tahun 2020 yang memproduksi berbagai produk diantaranya Keripik Ubi, Keropuk Sagu, Teh Moi, dan Garam Nipa. Permasalahan yang kini di hadapi oleh kelompok UMKM Sinagi Papua diantaranya: (a) kurangnya akses pasar yang lebih luas, (b) Pemasaran masih terbatas, (c) Persaingan dengan produk sejenis, (d) Produksi produk yang masih manual, (e) Keterbatasan promosi, (f) Manajemen produk, dan (g) Manajemen keuangan yang masih belum terstandar akuntansi. Pendapatan sebulan yang di peroleh oleh kelompok UMKM Sinagi masih terbilang rendah, berdasarkan data pada penjualan tahun 2023 rata-rata penjualan produk kerupuk sagu sebantak 150 bungkus, penjualan keripik ubi sebanyak 10 bungkus, penjualan teh moi sebanyak 300 bungkus dan penjualan garam nipa sebanyak 15 kg dengan total omset dari hasil penjualan produk sebulan sebesar 9 juta rupiah per bulan Berdasarkan dari Rencana Pembangunan Daerah (RPD) Kabupaten Sorong Tahun 2023 ditemukan data bahwa daya dukung kelembagaan dan tatakelola pemerintah, jangkauan dan kualitas pengelolaan sumber daya alam, Tingkat kesejahteraan masyarakat masih rendah. Temuan ini didukung dengan data BPS Kabupaten Sorong yang menunjukkan bahwa angka kemiskinan sejak tahun 2019 – 2021 terus meningkat, oleh karna itu perlulu dilakukan optimalisasi di berbagai aspek untuk mengurangi tingkat kemiskinan. Peningkatan jumlah pelaku UMKM di Kabupaten Sorong dimana pada tahun 2023 jumlah UMKM yang terdaftar sebanyak 6.823 unit usaha akan tetapi jumlah UMKM yang aktif dan produktif hanya sebanyak 1.426 unit usaha, hal ini menunjukkan bahwa ada banyak pelaku UMKM yang terdaftar akan tetapi tidak produktif.

Kelurahan Warmon memiliki kelompok UMKM yang bernama Sinagi Papua, yang mengolah berbagai produk dari hasil alam di sekitar kelurahan Warmon, seperti Sagu, Nipa, Pisang dan Ubi. Berikut gambar eksisting kelompok UMKM Sinagi Papua yang juga merupakan kelompok dampingan oleh Seniman Pangan Indonesia. Prioritas permasalahan UMKM Sinagi Papua fokus ke bidang pemasaran dan manajemen keuangan, setiap aspek kegiatan telah dipetakan secara detail masalah prioritas dan pendampingan pemecahan masalah oleh tim pelaksana berdasarkan relevansi keilmuan masing-masing tim (1). Tujuan proyek sosial ini untuk memprioritaskan peningkatan kesejahteraan masyarakat, oleh karna itu perlulu dilakukan optimalisasi di berbagai aspek untuk mengurangi tingkat kemiskinan, salasatunya dengan melakukan Peningkatan Keterampilan Pemasaran Digital Pada Kelompok UMKM Sinagi Papua di Kelurahan Warmon(2). Sejalan dengan konsep pembangunan dan tujuan Sustainable Development Goals yaitu: (1) tanpa kemiskinaan, (2) tanpa kelaparan, (3) kehidupan sehat dan sejahtera, (4) pekerjaan yang layak dan pertumbuhan ekonomi, (5) industri, inovasi dan infrastruktur, (6) berkurangnya kesenjangan, (7) kota dan pemukiman yang berkelanjutan. Pemasaran digital UMKM memiliki keterkaitan erat dengan Asta Cita, Pemasaran digital UMKM dapat mendukung Asta Cita dalam pemberdayaan ekonomi lokal, hal ini mendukung tercapainya tujuan pemberdayaan ekonomi berbasis potensi lokal dan mendorong inovasi teknologi, sejalan dengan Asta Cita yang menekankan pentingnya kemajuan teknologi dan inovasi untuk Pembangunan nasional. Bidang fokus RIRN (Rencana Induk Pembangunan Nasional), Pemasaran digital UMKM dapat mendukung beberapa bidang fokus dalam RIRN, diantara: (1) Pembangunan Ekonomi yang Inklusif dan Berkelanjutan, mendukung penciptaan ekonomi inklusif dengan memberi kesempatan bagi semua jenis usaha untuk berkembang, termasuk yang berbasis komunitas lokal. (2) Peningkatan Kualitas Sumber Daya Manusia (SDM), bertujuan untuk belajar dan beradaptasi dengan keterampilan teknologi serta meningkatkan kualitas SDM di sektor UMKM. (3) Pengembangan Infrastruktur Digital, hal ini sejalan dengan RIRN yang fokus pada pengembangan infrastruktur yang mendukung pertumbuhan ekonomi digital. Secara umum pemasaran digital UMKM berperan penting dalam mendukung pencapaian SDGs, pengukuran kinerja melalui IKU, program ini mendukung IKU 2 mahasiswa dapat pengalaman diluar kampus dan IKU 5 hasik kerja dosen digunakan masyarakat. serta kontribusi terhadap cita-cita pembangunan nasional Indonesia (Asta Cita) dan bidang fokus dalam RIRN. Dengan adopsi pemasaran digital, UMKM dapat berkontribusi lebih besar terhadap pertumbuhan ekonomi yang berkelanjutan dan inklusif.

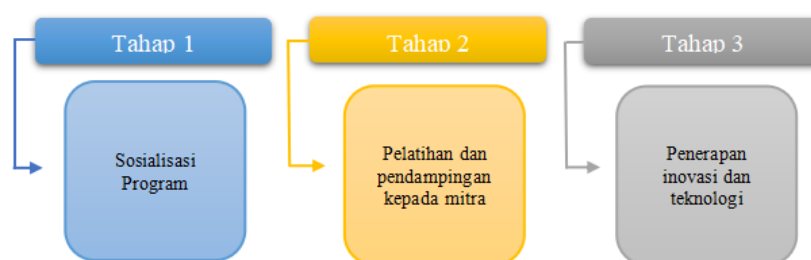
2. METODE

Program Pengabdian Dosen Pemula ini dilaksanakan di Kelurahan Warmon, Distrik Aimas, Kabupaten Sorong dari Bulan September-Bulan Desember 2025. Mitra sasaran dalam pelaksanaan program ini adalah Sinagi Papua, Sinagi Papua merupakan UMKM yang fokus pada usaha mikro kecil menengah yang berkomitmen untuk menghadirkan produk-produk berkualitas dari tanah Papua.

UMKM Sinagi Papua dipimpin oleh Yulia Yunita Bosom Ulim berfokus pada pemanfaatan potensi sumber daya alam lokal menjadi olahan produk pangan berbasis kearifan lokal Suku Moi, seperti bumbu asin nipah, kerupuk sagu, keripik umbi tiga warna, & teh Moi Kamlowele. Produk-produk tersebut diracik menggunakan bahan baku lokal seperti petatas, keladi, sagu, Nipah, dan tanaman herbal dari Hutan Moi.

Metode penelitian yang digunakan adalah metode kualitatif dengan pendekatan observasi, survei, serta FGD (Pancane et al., 2025). Penelitian kualitatif adalah pendekatan untuk mengeksplorasi dan memahami makna yang diperoleh dari sejumlah individu ataupun kelompok yang beriklan pada suatu fenomena sosial atau kemanusiaan (Ivan's et al., 2026; Sakti et al., 2025). Dalam penelitian ini, metode kualitatif digunakan untuk memahami fenomena sosial yang terjadi dengan gambaran secara holistik beserta pemahaman yang lebih komprehensif pada satu fenomena yaitu mitra sinagi papua dalam pengembangan sumber daya alam, sumber daya manusia, produk, keuangan, dan pemasaran. a) pendekatan observasi dilakukan dengan pengumpulan data awal sebagai bahan pertimbangan dan pemetaan dalam pengklasifikasian program, b) pendekatan survei dilakukan dengan cara mengajukan pertanyaan yang sama pada individu ataupun kelompok untuk mendapatkan informasi serta membantu pertimbangan dan keberlanjutan program. c). Pendekatan FGD (*Focus Group Discussion*) dilakukan melalui diskusi kelompok (Hartiningsih et al., 2025; Wahyuni et al., 2026). Serta memberikan fokus utama dalam permasalahan yang solutif kepada mitra yakni dengan membagi kegiatan menjadi tiga tahapan yakni sosialisasi program, pelatihan dan pendampingan serta penerapan inovasi dan teknologi yang disesuaikan dengan kebutuhan pelaksanaan kegiatan ini. Pengabdian ini berfokus juga pada bagaimana pengembangan mitra dalam aspek pemasaran yaitu a) mengembangkan website official yang terintegrasi ecommerce, b) penerapan marketplace (pemasaran digital), c) pelatihan dan FGD digital marketing, d) melakukan promosi dan kerja sama dengan mitra (partnership). Serta aspek manajemen keuangan yang meliputi pencatatan keuangan secara digital dan pembuatan laporan keuangan berdasarkan PSAK (Dian Pertiwi et al., 2026; Harini et al., 2025; Sakti et al., 2025).

Publikasi dan pengelolaan media social secara profesional dan aspek manajemen keuangan melalui metode, yaitu a) melaksanakan pelatihan manajemen untuk meningkatkan kemampuan pengelolaan bisnis lokal, b) mengukur peningkatan kemampuan mitra mengelola usaha dan keuangan, c) mendampingi mitra dalam mengimplementasikan hasil pelatihan, d) mengembangkan strategi pemasaran berbasis digital (media sosial dan e-commerce lokal), e) melakukan evaluasi keseluruhan program dan melihat dampak kemandirian mitra (Kurniati et al., 2022; Oktarini et al., 2026; Pranesty et al., 2026). Berikut tahapan atau proses pengabdian masyarakat, seperti terlihat pada Gambar 1.



Gambar 1. Tahapan atau Proses Pengabdian Masyarakat

2.1. Tahap 1 (Tahapan Sosialisasi Program)

Tahap awal dimulai dengan sosialisasi pelaksanaan pada mitra dari pelaksanaan pra kegiatan ini yaitu dengan membangun komunikasi dan kerja sama dengan mitra yaitu Sinagi Papua dan sosialisasi program. Sosialisasi ini mengundang seluruh anggota UMKM Sinagi Papua, kepala kampung, dan jajaran stake holder terkait. Turut hadir tim pelaksana, LP3M, dan mahasiswa. Sosialisasi ini bertujuan menyampaikan seluruh rangkaian program, jadwal pelaksanaan, dan komitmen bersama, hingga langkah memenuhi target luaran. Berdasarkan analisis informasi dan data yang telah dikumpulkan sebelumnya melalui tahap observasi dan survei dengan melihat dan menganalisis informasi data kemudian dilakukannya wawancara awal secara langsung baik individu maupun kelompok untuk memperoleh data yang relevan dan mendukung pelaksanaan kegiatan pengabdian ini. Tahap terakhir dalam pra-kegiatan adalah merumuskan, menyusun, serta menetapkan rencana pelaksanaan kegiatan pengabdian secara terstruktur sesuai dengan kesepakatan bersama (Sanaba et al., 2026; Yanti et al., 2026).

2.2. Tahap 2 (Pelatihan dan Pendampingan Program)

Dalam pelaksanaan kegiatan ini, telah ditetapkan beberapa tahapan yang meliputi analisis hasil forum group discussion (FGD), sosialisasi, pelatihan, dan pendampingan serta pembinaan. Tahap ini bertujuan untuk meningkatkan kemampuan non-teknis (*soft skills*) para pelaku UMKM Sinagi Papua agar mampu mengelola usaha secara profesional, adaptif, dan berdaya saing. *Soft skills* menjadi pondasi bagi keberlanjutan usaha, karena berkaitan langsung dengan kemampuan komunikasi, manajemen diri, pengambilan keputusan, serta etika bisnis. Pertama, kegiatan diawali dengan FGD secara intens bersama seluruh mitra untuk memberikan pemahaman dan persamaan persepsi, sehingga tepat sasaran dalam penerapan teknologi dan inovasi (Pancane et al., 2025; Suharyani et al., 2025; Syaefudin et al., 2025). Kedua, kegiatan dilanjutkan dengan penyelenggaraan sosialisasi. Ketiga, pada tahap ini setiap mitra memperoleh informasi serta praktik langsung sesuai dengan kebutuhan pelatihan dan pendampingan mitra, yang meliputi pelatihan *digital branding*, pelatihan pemanfaatan teknologi dan inovasi melalui *platform marketplace* dan *website official*, serta pelatihan digitalisasi pencatatan keuangan.

2.3. Tahap 3 (Penerapan Inovasi dan Teknologi)

Penerapan Inovasi dan Teknologi yaitu penerapan teknologi website dan pembuatan laporan keuangan secara digital berdasarkan PSAK. Tahap 3 ini merupakan fase implementasi inti yang menekankan penerapan inovasi dan teknologi secara langsung pada operasional UMKM Sinagi Papua. Fokus utama pada tahap ini adalah penerapan teknologi website sebagai media pemasaran digital dan pemanfaatan sistem pencatatan keuangan digital berbasis PSAK untuk meningkatkan akuntabilitas usaha. Website resmi yang dikembangkan berfungsi sebagai pusat informasi dan katalog produk, dilengkapi dengan fitur integrasi media sosial, optimasi SEO, serta pengelolaan konten yang dapat diperbarui secara mandiri oleh mitra. Pendampingan teknis dilakukan untuk memastikan mitra mampu mengunggah foto produk, mengelola deskripsi, serta memanfaatkan analitik website guna memahami perilaku konsumen dan memperkuat strategi pemasaran (Oktarini et al., 2026; Pranesty et al., 2026).

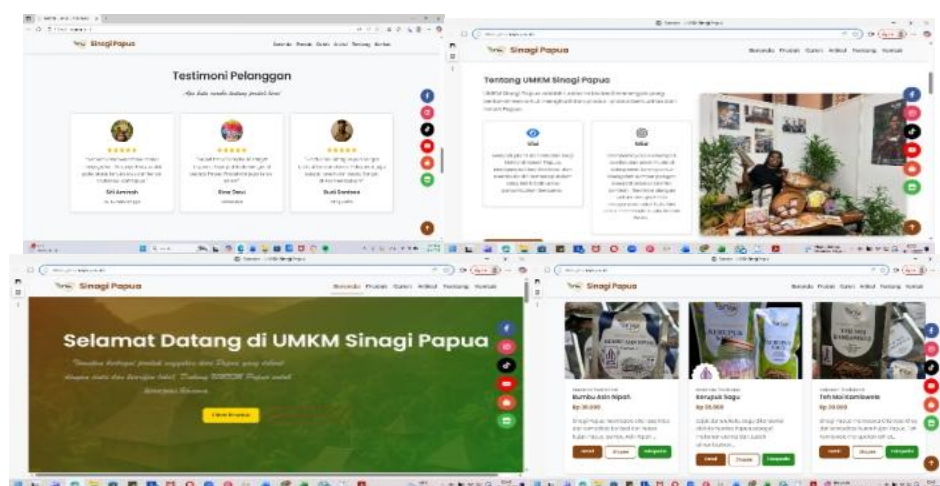
Di sisi lain, penerapan sistem laporan keuangan digital berbasis PSAK EMKM membantu UMKM menyusun pencatatan transaksi secara lebih terstruktur dan profesional. Melalui penggunaan aplikasi atau template digital, mitra dilatih untuk menyusun laporan laba rugi, arus kas, dan neraca secara berkala (Prasetyaningrum et al., 2025). Digitalisasi pencatatan ini mempermudah proses monitoring keuangan, meningkatkan ketepatan data, serta mendukung kesiapan UMKM dalam mengakses permodalan atau kerja sama dengan lembaga eksternal. Secara keseluruhan, Tahap 3 memastikan bahwa teknologi menjadi bagian integral dari operasional UMKM sehingga mampu meningkatkan efisiensi, profesionalitas, dan keberlanjutan usaha.

3. HASIL DAN PEMBAHASAN

3.1. Aspek Pemasaran

Optimalisasi strategi pemasaran digital umkm sinagi papua melalui website official, difokuskan pada penguatan konten sebagai media promosi dan branding. Website digunakan sebagai sarana informasi dan publikasi produk dengan tujuan memperluas jangkauan pasar. Dalam satu periode optimalisasi, ditetapkan target pembuatan konten berkualitas sebagai prioritas utama. Website secara konsisten juga menerbitkan artikel yang membahas terkait produk yang dijual dan pengalaman pelanggan. Artikel ini disusun dengan memperhatikan kaidah seo, termasuk penggunaan kata kunci yang relevan. Dengan pendekatan tersebut, website berhasil meningkatkan traffic kunjungan hingga 35% dalam 6 bulan pertama setelah dioptimasi. Selain artikel, website juga memperkuat daya tarik visual dengan menambahkan foto berkualitas tinggi yang menampilkan produk-produk sinagi papua. Konten visual ini terbukti meningkatkan rata-rata durasi kunjungan pengunjung dari 1 menit 20 detik menjadi 2 menit 45 detik, hal menandakan adanya peningkatan keterlibatan (engagement). Untuk mendukung visibilitas, dilakukan pembaruan meta descriptions dan alt text pada setiap konten. Hasilnya, website umkm sinagi papua bersama media sosial terkait mulai konsisten muncul pada halaman pertama google dengan sejumlah kata kunci utama.

Integrasi dengan media sosial juga dilakukan secara sistematis. Tautan aktif ke Instagram, Facebook, dan TikTok dipasang di setiap halaman website. Dari data monitoring, sekitar 27% pengunjung website mengakses tautan media sosial tersebut, yang kemudian berkontribusi pada peningkatan jumlah pengikut Instagram hingga 20%. Selain itu, kolom ulasan pelanggan juga telah memiliki testimoni positif. Hal ini memperkuat citra usaha sekaligus meningkatkan kepercayaan calon pelanggan baru. Secara keseluruhan, fokus pada pembuatan dan publikasi konten berkualitas melalui artikel, foto, serta integrasi SEO terbukti meningkatkan visibilitas, keterlibatan, dan citra profesional. Dengan model optimalisasi yang terukur ini, website tidak hanya menjadi etalase digital, tetapi juga instrumen strategis dalam memperkuat branding dan memperluas pasar berbasis UMKM Papua. Secara detail aktivitas kemajuan pada aspek produksi konten website sinagipapua.id. Sinagi Papua telah berhasil mengimplementasikan strategi optimalisasi pemasaran digital melalui media sosial, khususnya di instagram dan tikTok. Keberhasilan ini ditunjukkan dengan kemampuan tim dalam memproduksi konten secara konsisten, terukur, dan relevan dengan kebutuhan promosi



Gambar 2. Optimalisasi Website UMKM Kelurahan Warmon

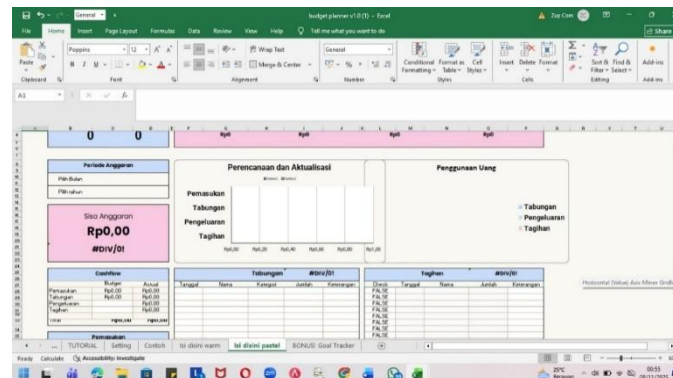
Pada tahap optimasi profil dan branding, akun Instagram dan TikTok Sinagi Papua Papua telah menggunakan nama resmi yang selaras dengan merek. Profil dilengkapi dengan bio informatif dan foto profil representatif, serta integrasi Linktree yang menghubungkan ke website

official dan marketplace. Hasilnya, kunjungan profil meningkat sebesar 28% dalam tiga bulan terakhir. Dari sisi strategi konten, tim media memproduksi rata-rata 30 konten per bulan yang terdiri dari behind the scene pembuatan produk, product showcase, hingga testimoni pelanggan. Selain itu, tim juga rutin mengikuti tren challenge TikTok dan Instagram Reels.

3.2. Aspek Keuangan

Program pengabdian masyarakat ini menunjukkan keberhasilan signifikan dalam peningkatan kapasitas pengelolaan keuangan UMKM Sinagi Papua melalui penerapan sistem pembukuan sederhana berbasis SAK EMKM. Sebelum program dilaksanakan, pencatatan keuangan pada mitra masih dilakukan secara tidak teratur, bercampur dengan keuangan pribadi, serta belum menghasilkan laporan keuangan yang dapat digunakan sebagai dasar pengambilan keputusan. Kondisi tersebut menimbulkan kesulitan dalam memantau arus kas, menilai profitabilitas, dan mengidentifikasi kebutuhan modal usaha.

Pelatihan yang diberikan berfokus pada pemahaman konsep dasar akuntansi sesuai SAK EMKM, meliputi pencatatan transaksi harian, pemisahan keuangan pribadi dan usaha, serta penyusunan laporan keuangan sederhana. Template pembukuan manual dan digital disediakan untuk memudahkan mitra menerapkan praktik pencatatan secara konsisten. Pendampingan langsung dilakukan melalui kegiatan simulasi, evaluasi rutin, dan monitoring implementasi untuk memastikan keterampilan akuntansi dapat diaplikasikan secara berkelanjutan.



Gambar 3. Pelatihan SAK EMKM

Hasil program menunjukkan bahwa sebagian besar anggota UMKM mampu menerapkan pencatatan transaksi harian secara tertib dan memahami struktur laporan keuangan, termasuk laporan laba rugi, arus kas, dan neraca sederhana. Kemampuan ini memungkinkan UMKM memperoleh gambaran keuangan yang lebih akurat, meningkatkan efisiensi pengendalian biaya, serta meminimalkan kesalahan pencatatan. Selain itu, dokumen keuangan yang tersusun rapi menjadi modal penting bagi UMKM dalam mengakses permodalan, menjalin kemitraan, dan memperkuat akuntabilitas usaha. Secara keseluruhan, program ini memberikan dampak nyata terhadap peningkatan transparansi, profesionalitas, dan tata kelola keuangan pada UMKM Sinagi Papua. Penerapan pembukuan berbasis SAK EMKM terbukti relevan dan efektif bagi UMKM dalam memperkuat fondasi manajemen keuangan serta mendukung keberlanjutan usaha dalam jangka panjang. Program ini sekaligus menegaskan pentingnya pendampingan berbasis kompetensi untuk mendorong UMKM menuju praktik pengelolaan keuangan yang lebih modern dan berdaya saing.

4. KESIMPULAN

Program pengabdian kepada UMKM Sinagi Papua menunjukkan bahwa optimalisasi pemasaran digital melalui website dan media sosial mampu meningkatkan visibilitas, keterlibatan pelanggan, serta citra profesional UMKM. Penerapan konten berbasis SEO, foto produk berkualitas, dan integrasi dengan Instagram, Facebook, serta TikTok berhasil menaikkan traffic

website, durasi kunjungan, dan jumlah pengikut media sosial secara signifikan. Selain itu, pendampingan keuangan berbasis SAK EMKM membantu UMKM memahami pencatatan transaksi, memisahkan keuangan pribadi dan usaha, serta menyusun laporan keuangan dengan lebih tertib dan akurat. Secara keseluruhan, program ini berkontribusi nyata dalam meningkatkan kapasitas pemasaran dan pengelolaan keuangan UMKM Sinagi Papua. Ke depan, UMKM disarankan untuk terus memperbaiki konten website dan media sosial secara konsisten, meningkatkan kemampuan dalam SEO dan fotografi produk, serta mempertimbangkan integrasi fitur *e-commerce* untuk kemudahan transaksi. Dalam aspek keuangan, diperlukan pendampingan berkelanjutan agar pembukuan dapat dilaksanakan secara disiplin, sekaligus mendorong penggunaan aplikasi keuangan digital. Dengan langkah tersebut, UMKM Sinagi Papua dapat memperkuat daya saing dan memastikan keberlanjutan usahanya di era digital

UCAPAN TERIMA KASIH

Tim pelaksana Universitas Pendidikan Muhammadiyah (Unimuda) Sorong bersama dengan Mitra UMKM Sinagi Papua mengucapkan terimakasih kepada Direktorat Penelitian dan Pengabdian kepada Masyarakat (DPPM) memberi dukungan finansial melalui program pengabdian berbasis masyarakat 2025. Ucapan terima kasih juga disampaikan kepada Universitas Pendidikan Muhammadiyah (Unimuda) Sorong serta Lembaga Penelitian, Publikasi, dan Pengabdian kepada Masyarakat (LP3M) Unimuda Sorong atas dukungan, fasilitasi, dan pendampingan yang diberikan selama pelaksanaan kegiatan pengabdian kepada masyarakat ini.

DAFTAR PUSTAKA

- Dian Pertiwi, K. M., Prathama Hartawan Putra, M., & Aryasatya Fairuz Firjatullah, D. (2026). Pemberdayaan UMKM Kuliner melalui Pengembangan dan Pendampingan Website Menu Digital pada Kedai Sri Rejeki 888 di Sidoarjo, Jawa Timur. *Jurnal Abdi Masyarakat Indonesia*, 6(1), 381–390. <https://doi.org/10.54082/jamsi.2531>
- Harini, S., Sya'baniah, N., Nur Afif, M., Shintya, D., Jamaludin, S., Khairi, M. A., & Marsinah, S. (2025). Pendampingan Digitalisasi dan Rebranding UMKM di Desa Sukatani, Kabupaten Bogor, Jawa Barat untuk Peningkatan Daya Saing Produk Lokal. *Jurnal Abdi Masyarakat Indonesia*, 5(6), 2599–2610. <https://doi.org/10.54082/jamsi.2159>
- Hartiningih, S., Puspitasari, D. A., Suhada, S., Kurniasari, L., Sukamto, S., & Azizy, A. S. N. (2025). Penguatan Ekonomi Lokal melalui Inovasi Produksi Emping Melinjo Rendah Purin pada Kelompok Wanita Tani Tri Manunggal, Sendangsari, Bantul, Daerah Istimewa Yogyakarta. *Jurnal Abdi Masyarakat Indonesia*, 5(6), 3031–3040. <https://doi.org/10.54082/jamsi.2206>
- Ivan's, E., Novita, N., Mandala, W., Indaryati, S., & Ambarsari, N. (2026). Pemberdayaan Masyarakat melalui Pengembangan Produk Olahan Tepung Pisang Janten untuk Penguatan Ekonomi Desa Tegal Yoso, Kecamatan Purbolinggo. *Jurnal Abdi Masyarakat Indonesia*, 6(1), 291–300. <https://doi.org/10.54082/jamsi.2474>
- Kurniati, I., Malik, A. S., Maslachah, A., Muchtar, H. S., & Sulastini, R. (2022). Pendekatan Andragogi Pada Proses Pembelajaran Di Institut. *Jurnal Ilmu Pendidikan*, 1.
- Oktarini, K. W., Febrianti, D., Oktarida, A., & Masnila, N. (2026). Pendampingan Optimalisasi Harga Jual melalui Perhitungan Harga Pokok Produksi pada UMKM Cakebytri di Kota Palembang, Sumatera Selatan. 6(3).
- Pancane, I. W. D., Gusmana, I. P. G. R., & Arniti, N. K. (2025). Penyuluhan Penggunaan Aplikasi Keuangan Digital untuk Mendukung Kemajuan UMKM di Desa Tonja. *Jurnal Abdi Masyarakat Indonesia*, 5(3), 809–816. <https://doi.org/10.54082/jamsi.1793>
- Pranesty, T. K., Azmi, R., Puteri, R. T. H., Sari, A. M., Hasanah, R., & Hidayati, T. (2026). Pendampingan UMKM Warung Masara melalui Optimalisasi Google Maps dan Fotografi Produk Berbasis Smartphone di Samarinda, Kalimantan Timur. 6(4).

- Prasetyaningrum, D., Ramadhani, A., Rohmah, D. N., Puspasai, H. A., & Paradise, K. L. (2025). Pelatihan Digital Marketing guna Peningkatan Daya Saing di UMKM Leksana Batik Jaya di Desa Kutawaru, Kabupaten Cilacap, Jawa Tengah. *Jurnal Abdi Masyarakat Indonesia*, 5(6), 2721–2730. <https://doi.org/10.54082/jamsi.2227>
- Sakti, M., Suherman, S., Sulastri, S., Dori, E., Latri, A. A., & Afifa, E. N. (2025). Pemberdayaan Pelaku UMK melalui Pendampingan Sertifikasi Pangan Halal dengan Pendekatan Participatory Rural Appraisal di Kota Depok, Jawa Barat. *Jurnal Abdi Masyarakat Indonesia*, 5(6), 2939–2948. <https://doi.org/10.54082/jamsi.2305>
- Sanaba, H. F., Sabaria, S., Juminah, J., Santoso, B., Darma, D., Putri, I. A., Ahmad, Moh. N., & Lunggu, F. K. (2026). Penguatan Kapasitas UMKM Olahan Pangan Khas Papua Berbasis Sociopreneurship di Kampung Malagusa Papua Barat Daya. *Jurnal Abdi Masyarakat Indonesia*, 6(2), 1439–1450. <https://doi.org/10.54082/jamsi.2714>
- Suharyani, Purwoko, B., & Rosyanafi, R. J. (2025). Rekonstruksi Pendekatan Andragogi dan Pedagogi Dalam Meningkatkan Kualitas Pembelajaran Mahasiswa. *Transformasi: Jurnal Penelitian dan Pengembangan Pendidikan Non Formal Informal*, 11(2), 331–343. <https://doi.org/10.33394/jtni.v11i2.16361>
- Syaefudin, F. I. M., Wangarry, A. R., Siahaan, B. T., Sumendap, P. C., Pangemanan, S. A., Ginting, W. A., Maramis, L. A., Korompis, S. N., Runtuwene, T. L., & Wowor, P. E. (2025). Sosialisasi dan Pendampingan Penyusunan Laporan Keuangan pada Usaha Kios Buah Banjer di Kota Manado Provinsi Sulawesi Utara. *Jurnal Abdi Masyarakat Indonesia*, 5(3), 995–1004. <https://doi.org/10.54082/jamsi.1839>
- Wahyuni, W., Fauzan, S., Saputra, S. A., & Zulfia, B. (2026). Pemberdayaan Ekonomi Desa Wonosari Tugurejo Jawa Timur melalui Pelatihan Inovasi Produk Pangan Lokal Berbasis Potensi Alam. *Jurnal Abdi Masyarakat Indonesia*, 6(3), 2195–2206. <https://doi.org/10.54082/jamsi.2347>
- Yanti, Y., Hamid, H., Suhendra, D., Mutya, R., Figo, L. R., Zahara, Z., & Zahara, V. (2026). Peningkatan Kemandirian Ekonomi Masyarakat melalui Inovasi Pengolahan Jahe Menjadi Aneka Produk Pangan di Nagari Sungai Talang, Kabupaten Lima Puluh Kota. *Jurnal Abdi Masyarakat Indonesia*, 6(1), 365–372. <https://doi.org/10.54082/jamsi.2508>