

# KOLABORASI MAHASISWA STIE PANCASETIA DAN UKM MITRA IDAMAN DALAM PENGEMBANGAN USAHA BERBASIS BAHAN ALAM KALIMANTAN

Ros Nirwana<sup>1\*</sup>, Jakiroh<sup>2</sup>, Rahmat Hilmi<sup>3</sup>, Reny Marliadi<sup>4</sup>, Wahyudin Bin Jamaludin<sup>5</sup>

1), 2), 3) Sekolah Tinggi Ilmu Ekonomi Pancasetia  
4), 5) Universitas Borneo Lestari

## Article history

Received : 28 Oktober 2025

Revised : 3 November 2025

Accepted : 5 Januari 2026

## \*Corresponding author

Ros Nirwana

Email : nirwanaalif2013@gmail.com

## Abstrak

Kegiatan Pengabdian kepada Masyarakat (PkM) ini bertujuan untuk (1) meningkatkan jangkauan pemasaran produk berbahan alam lokal dari UKM Mitra Idaman Banjarbaru dan (2) meningkatkan kemampuan manajerial mahasiswa Praktek Bisnis Mahasiswa (PBM) STIE Pancasetia dalam pengelolaan usaha. Metode pelaksanaan mencakup pelatihan, pendampingan intensif, dan kemitraan pemasaran melalui outlet PBM sebagai media promosi dan distribusi produk. Evaluasi dilakukan melalui pre-test dan post-test untuk mengukur peningkatan pemahaman mahasiswa, serta analisis rasio pendapatan terhadap modal sebelum dan sesudah pendampingan untuk menilai efisiensi anggaran usaha mahasiswa. Hasil kegiatan menunjukkan adanya peningkatan kompetensi mahasiswa, yang tercermin dari kenaikan skor pre-test ke post-test pada seluruh unit PBM. Peningkatan efisiensi anggaran juga terlihat melalui peningkatan rasio pendapatan-modal, misalnya pada unit Sizzle Street yang meningkat dari 80% menjadi 493% dan Bajuri Street Food dari 20% menjadi 407%. Dampak langsung bagi UKM Mitra Idaman ditunjukkan melalui peningkatan akses pasar, kenaikan permintaan produk, dan peningkatan omzet setelah dipasarkan melalui outlet PBM. Program ini memberikan manfaat ganda, yaitu memperkuat kompetensi wirausaha mahasiswa serta meningkatkan kinerja pemasaran produk lokal, sehingga dapat menjadi model kolaboratif yang berkelanjutan antara perguruan tinggi dan UMKM.

Kata Kunci: Kolaborasi; Efisiensi Anggaran; UKM Mitra Idaman; Mahasiswa STIE Pancasetia; Bahan Alam Kalimantan.

## Abstract

This Community Service Program (PkM) aims to (1) expand the market reach of locally sourced products made by UKM Mitra Idaman Banjarbaru and (2) improve the managerial and financial skills of students involved in the Student Business Practice (PBM) units at STIE Pancasetia. The program was carried out through a series of training sessions, business mentoring, and marketing collaborations by placing partner products in PBM outlets as promotional and distribution channels. The evaluation process involved pre-test and post-test assessments to measure students' understanding improvements, along with an analysis of the revenue-to-capital ratio before and after the intervention to evaluate budget efficiency. The results showed a significant increase in students' skills, reflected in higher scores from pre-test to post-test across all PBM units. Budget efficiency also improved notably, as shown by the rise in revenue-to-capital ratios — for example, Sizzle Street increased from 80% to 493%, and Bajuri Street Food from 20% to 407%. Positive impacts were also observed for UKM Mitra Idaman, demonstrated through increased market access, higher product demand, and growth in sales after their products were featured in PBM outlets. Overall, this program offers dual benefits by strengthening students' entrepreneurial skills and enhancing the marketing performance of local small businesses, creating a sustainable collaborative model between higher education institutions and MSMEs.

Keywords: Collaboration; Budget Efficiency; UKM Mitra Idaman; STIE Pancasetia Students; Kalimantan Natural Resources.

Copyright © 2026 by Author, Published by Dharmawangsa University  
Community Service Institution

## PENDAHULUAN

Usaha mikro, kecil, dan menengah (UMKM) memiliki peran penting dalam mendukung perekonomian daerah melalui penyerapan tenaga kerja, peningkatan pendapatan masyarakat, dan penguatan ekonomi berbasis potensi lokal. Salah satu UMKM di Kalimantan Selatan yang berkontribusi dalam pelestarian produk

khas daerah adalah Rumah UKM Mitra Idaman Banjarbaru. UKM ini memproduksi berbagai olahan bahan alam lokal seperti jahe merah, bajakah, habbatussauda, dan ikan tenggiri yang diolah menjadi produk cemilan dan minuman khas. Namun, berdasarkan hasil observasi, UKM Mitra Idaman masih menghadapi kendala dalam memperluas jangkauan pemasaran karena keterbatasan sumber daya manusia dan akses terhadap pasar digital maupun jaringan distribusi yang lebih luas.

Di sisi lain, mahasiswa STIE Pancasetia yang tergabung dalam kegiatan Praktek Bisnis Mahasiswa (PBM) telah mengembangkan berbagai unit usaha kuliner dan produk olahan di bawah pendampingan kampus. Namun, sebagian besar mahasiswa masih menghadapi kendala dalam hal pengelolaan anggaran yang efisien, khususnya dalam mengatur modal kerja, biaya produksi, dan pengendalian pengeluaran usaha. Kondisi ini menyebabkan profitabilitas usaha belum optimal dan potensi keberlanjutan bisnis menjadi terbatas.

Secara konseptual, literatur pemasaran UMKM di Indonesia menegaskan pentingnya integrasi strategi pemasaran digital, pendekatan relationship/relational marketing, dan kolaborasi antar-pemangku kepentingan (termasuk perguruan tinggi) untuk memperluas jangkauan pasar dan meningkatkan daya saing produk lokal. Penelitian-penelitian terbaru di Indonesia menemukan bahwa pelatihan pemasaran digital dan penerapan teknik CRM (customer relationship management) meningkatkan visibilitas dan penjualan UMKM, sementara kolaborasi aktif dengan perguruan tinggi atau komunitas yang mencakup pendampingan, co-marketing, dan transfer keterampilan memperkuat kapabilitas manajerial dan salient resources pada UMKM kecil dengan sumber daya terbatas (Setiawan & Ariyanto, 2021; Abadi et al., 2023; Maszudi, 2023; Hapsari & Adhisuwignjo, 2024; Fajriyati & Ambarwati, 2024). Temuan-temuan ini mendukung desain program pengabdian yang menggabungkan pendampingan pemasaran digital oleh mahasiswa dan pelatihan efisiensi anggaran, karena kombinasi peningkatan kapabilitas pemasaran dan manajemen keuangan diyakini dapat menghasilkan dampak ganda: memperluas pasar UKM Mitra Idaman sekaligus meningkatkan kinerja dan keberlanjutan usaha mahasiswa pelaku usaha.

Berdasarkan dua permasalahan tersebut, kegiatan Pengabdian kepada Masyarakat ini dirancang untuk mempertemukan dan mengintegrasikan kebutuhan kedua pihak. UKM Mitra Idaman berperan sebagai penyedia produk berbasis bahan alam lokal, sedangkan mahasiswa menjadi mitra pemasaran sekaligus pengelola usaha yang menerapkan prinsip efisiensi anggaran. Kolaborasi ini diharapkan dapat meningkatkan jangkauan pemasaran produk UMKM sekaligus memperkuat kemampuan manajerial mahasiswa dalam mengelola usaha berbasis kemitraan. Dengan demikian, kegiatan ini tidak hanya memberikan manfaat ekonomi bagi UMKM, tetapi juga menjadi sarana pembelajaran praktis bagi mahasiswa dalam mengimplementasikan teori manajemen dan akuntansi di lapangan.

Penelitian terdahulu mendukung pentingnya kolaborasi antara perguruan tinggi dengan UMKM sebagai upaya pemberdayaan dan peningkatan kapasitas UMKM. Misalnya, Hapsari & Adhisuwignjo (2022) menunjukkan bahwa pendampingan oleh institusi vokasi mampu membantu UMKM dalam aspek manajemen, permodalan, dan strategi keberlanjutan. Selain itu, penguatan pemasaran digital terbukti signifikan dalam meningkatkan kinerja pemasaran UMKM makanan ringan. Dalam penelitian oleh Al-atsari, Fitriani & Djuniardi (2021), ditemukan bahwa penerapan pemasaran digital dan peningkatan kompetensi kewirausahaan berdampak positif pada kinerja pemasaran UMKM. Lebih lanjut, strategi kolaboratif dan kualitas produk memberi kontribusi signifikan terhadap daya saing UMKM (Maulina, et al., 2022). Transformasi digital melalui e-commerce, diversifikasi produk, dan relational marketing juga terbukti meningkatkan daya saing dan ketahanan usaha mikro/kecil menengah. Di sisi lain, aspek manajemen keuangan dan pelatihan pengelolaan keuangan mendukung pemberdayaan UMKM dan keberlanjutan usaha, sebagaimana dibuktikan dalam konteks South Kalimantan oleh Fajriyati & Ambarwati (2023). Namun, masih sedikit kegiatan pengabdian yang secara simultan mengintegrasikan kemitraan perguruan tinggi UMKM sekaligus penerapan efisiensi anggaran di antara mahasiswa pelaku usaha. Oleh karena itu, model kolaboratif seperti yang diusulkan dalam program ini menjadi sangat relevan dan berpotensi memberikan dampak ganda baik dalam peningkatan pemasaran produk lokal maupun kapasitas manajerial mahasiswa.

Dengan latar belakang tersebut, kegiatan pengabdian ini ditujukan untuk: (1) membantu UKM Mitra Idaman meningkatkan pemasaran produk berbasis bahan alam lokal Kalimantan melalui kemitraan dengan

mahasiswa STIE Pancasetia, dan (2) meningkatkan kemampuan mahasiswa dalam menerapkan prinsip efisiensi anggaran pada pengelolaan usaha mereka. Program ini diharapkan menjadi contoh penerapan kolaboratif antara dunia akademik dan dunia usaha yang berorientasi pada keberlanjutan ekonomi lokal.

## METODE PELAKSANAAN

Metode pelaksanaan kegiatan menggunakan pendekatan pelatihan partisipatif, pendampingan bisnis, dan kolaborasi pemasaran berbasis kemitraan. Pendekatan ini dipilih karena memungkinkan terjadinya pembelajaran berbasis pengalaman (*experiential learning*), di mana mahasiswa terlibat langsung dalam praktik kewirausahaan, sementara pelaku UKM memperoleh manfaat dari peningkatan akses pasar dan pengelolaan bisnis yang lebih efektif. Pendekatan ini sejalan dengan temuan Cahyanto et al. (2024), yang menyatakan bahwa pelatihan partisipatif mampu meningkatkan literasi digital dan kapasitas manajerial UMKM. Selain itu, Hapsari et al. (2022) juga menegaskan bahwa kolaborasi antara perguruan tinggi dan UMKM dapat memperkuat kemandirian usaha dan meningkatkan kualitas pengelolaan bisnis.

Tahapan pelaksanaan dimulai dengan kegiatan persiapan berupa koordinasi antara tim pelaksana, pengelola UKM, dan pihak kampus untuk mengidentifikasi permasalahan utama serta menentukan produk yang akan dipasarkan melalui outlet PBM. Pada tahap ini juga dilakukan survei awal terhadap kondisi pengelolaan modal dan biaya operasional di masing-masing PBM. Selanjutnya, dilakukan kegiatan sosialisasi dan pelatihan kepada mahasiswa yang mencakup dua topik utama, yaitu strategi pemasaran dan branding produk UKM, serta strategi efisiensi anggaran dalam pengelolaan usaha mahasiswa. Pelatihan branding dan pemasaran seperti ini terbukti efektif menurut Ramadhani (2023), yang menemukan bahwa UMKM dapat meningkatkan daya saing melalui strategi pemasaran digital dan penguatan identitas produk.

Untuk memperjelas pelaksanaan kegiatan secara operasional, kegiatan pengabdian ini dilaksanakan melalui kunjungan langsung ke beberapa mitra yang menjadi lokasi praktik pemasaran dan pendampingan usaha mahasiswa. Kegiatan dilakukan secara bertahap sesuai dengan jadwal yang telah disepakati bersama mitra, sehingga memungkinkan proses pendampingan, monitoring, dan evaluasi berjalan secara berkelanjutan.

Setiap mitra memperoleh materi dan tahapan kegiatan yang sama. Dalam satu kali kunjungan awal, kegiatan dilaksanakan secara berurutan yang diawali dengan sosialisasi program, dilanjutkan pelatihan efisiensi anggaran, dan pendampingan implementasi langsung pada unit usaha mahasiswa. Kunjungan kedua difokuskan pada kegiatan monitoring dan evaluasi untuk menilai efektivitas penerapan materi yang telah diberikan. Rincian waktu dan lokasi pelaksanaan kegiatan disajikan pada Tabel 1 dan rincian waktu dan tempat pelaksanaan kegiatan disajikan pada Tabel 2 berikut.

**Tabel 1. Tahapan Kegiatan, Materi Narasumber, dan Waktu Pelaksanaan di Lokasi Mitra**

No	UMKM / Lokasi	Tahap & Materi Kegiatan	Narasumber	Waktu Kunjungan
1	Warkop TWC – Jl. Sekumpul	Pertemuan I: Sosialisasi Program, Pelatihan Efisiensi Anggaran, dan Pendampingan Implementasi	Rahmat Hilmi, S.Sos., M.M; Jakiroh, S.Kom., M.M; Apt. Wahyudin Bin Jamaludi, M.Si; Ros Nirwana, S.E., M.Ak; Reny Marliadi, M.Ak	Selasa, 13 Mei 2025
2	Warkop TWC – Jl. Sekumpul	Pertemuan II: Monitoring dan Evaluasi (pre-test, post-test, dan evaluasi laporan keuangan sederhana)	Ros Nirwana, S.E., M.Ak; Reny Marliadi, M.Ak; Jakiroh, S.Kom., M.M	Selasa, 20 Mei 2025
3	Angkringan Titik Kumpul – Jl. Komet Raya RW 4	Pertemuan I: Sosialisasi Program, Pelatihan Efisiensi Anggaran, dan Pendampingan Implementasi	Rahmat Hilmi, S.Sos., M.M; Jakiroh, S.Kom., M.M; Apt. Wahyudin Bin Jamaludi, M.Si; Ros Nirwana, S.E., M.Ak; Reny Marliadi, M.Ak	Rabu, 14 Mei 2025

4	Angkringan Titik Kumpul – Jl. Komet Raya RW 4	Pertemuan II: Monitoring dan Evaluasi	Ros Nirwana, S.E., M.Ak; Reny Marladi, M.Ak; Jakiroh, S.Kom., M.M	Rabu, 21 Mei 2025
5	Bajuri Streetfood – Jl. Bina Satria, Balitan	Pertemuan I: Sosialisasi Program, Pelatihan Efisiensi Anggaran, dan Pendampingan Implementasi	Rahmat Hilmi, S.Sos., M.M; Jakiroh, S.Kom., M.M; Apt. Wahyudin Bin Jamaludi, M.Si; Ros Nirwana, S.E., M.Ak; Reny Marladi, M.Ak	Jumat, 16 Mei 2025
6	Bajuri Streetfood – Jl. Bina Satria, Balitan	Pertemuan II: Monitoring dan Evaluasi	Ros Nirwana, S.E., M.Ak; Reny Marladi, M.Ak; Jakiroh, S.Kom., M.M	Jumat, 23 Mei 2025
7	Sizzle Street – Food Court Pondok Empat Banjarbaru	Pertemuan I: Sosialisasi Program, Pelatihan Efisiensi Anggaran, dan Pendampingan Implementasi	Rahmat Hilmi, S.Sos., M.M; Jakiroh, S.Kom., M.M; Apt. Wahyudin Bin Jamaludi, M.Si; Ros Nirwana, S.E., M.Ak; Reny Marladi, M.Ak	Senin, 19 Mei 2025
8	Sizzle Street – Food Court Pondok Empat Banjarbaru	Pertemuan II: Monitoring dan Evaluasi	Ros Nirwana, S.E., M.Ak; Reny Marladi, M.Ak; Jakiroh, S.Kom., M.M	Senin, 26 Mei 2025
9	Angkringan Anti Luwe – Jl. Bina Putra, Landasan Ulin	Pertemuan I: Sosialisasi Program, Pelatihan Efisiensi Anggaran, dan Pendampingan Implementasi	Rahmat Hilmi, S.Sos., M.M; Jakiroh, S.Kom., M.M; Apt. Wahyudin Bin Jamaludi, M.Si; Ros Nirwana, S.E., M.Ak; Reny Marladi, M.Ak	Selasa, 27 Mei 2025
10	Angkringan Anti Luwe – Jl. Bina Putra, Landasan Ulin	Pertemuan II: Monitoring dan Evaluasi	Ros Nirwana, S.E., M.Ak; Reny Marladi, M.Ak; Jakiroh, S.Kom., M.M	Selasa, 3 Juni 2025
11	Ke-Bakaran – Jl. Gotong Royong No.12, Landasan Ulin	Pertemuan I: Sosialisasi Program, Pelatihan Efisiensi Anggaran, dan Pendampingan Implementasi	Rahmat Hilmi, S.Sos., M.M; Jakiroh, S.Kom., M.M; Apt. Wahyudin Bin Jamaludi, M.Si; Ros Nirwana, S.E., M.Ak; Reny Marladi, M.Ak	Rabu, 4 Mei 2025
12	Ke-Bakaran – Jl. Gotong Royong No.12, Landasan Ulin	Pertemuan II: Monitoring dan Evaluasi	Ros Nirwana, S.E., M.Ak; Reny Marladi, M.Ak; Jakiroh, S.Kom., M.M	Rabu, 11 Mei 2025
13	Foodcourt Rumah BUMN (Kedai Saji) – Jl. Wijaya Kusuma No.10	Pertemuan I: Sosialisasi Program, Pelatihan Efisiensi Anggaran, dan Pendampingan Implementasi	Rahmat Hilmi, S.Sos., M.M; Jakiroh, S.Kom., M.M; Apt. Wahyudin Bin Jamaludi, M.Si; Ros Nirwana, S.E., M.Ak; Reny Marladi, M.Ak	Jumat, 13 Mei 2025
14	Foodcourt Rumah BUMN (Kedai Saji) – Jl. Wijaya Kusuma No.10	Pertemuan II: Monitoring dan Evaluasi	Ros Nirwana, S.E., M.Ak; Reny Marladi, M.Ak; Jakiroh, S.Kom., M.M	Jumat, 20 Mei 2025

Setelah itu, tahap implementasi dilakukan melalui penempatan produk UKM Mitra Idaman di outlet PBM. Mahasiswa dibimbing untuk mengelola biaya, menentukan strategi harga, dan mencatat transaksi agar tercapai efisiensi anggaran. Model pendampingan usaha seperti ini konsisten dengan temuan Yulia et al. (2022), yang menyatakan bahwa pendampingan langsung di lapangan dapat meningkatkan pengalaman bisnis dan kemampuan analitis pelaku UMKM.

Evaluasi kegiatan dilakukan melalui beberapa tahapan, termasuk pengukuran pemahaman mahasiswa sebelum dan sesudah transfer ilmu menggunakan pre-test dan post-test. Instrumen ini digunakan untuk menilai sejauh mana peningkatan pemahaman mahasiswa terkait pencatatan biaya, efisiensi modal, serta strategi peningkatan omzet. Selain itu, evaluasi juga dilakukan dengan membandingkan rasio omzet terhadap modal sebelum dan sesudah kegiatan, serta mengukur dampak program terhadap peningkatan penjualan produk UKM. Teknik pengumpulan data meliputi observasi langsung selama kegiatan, penyebaran kuesioner kepada

mahasiswa untuk menilai pemahaman dan penerapan efisiensi anggaran, serta wawancara dengan pelaku UKM guna menilai keberhasilan kolaborasi pemasaran. Hal ini sejalan dengan Sekolah Tinggi Manajemen Labora (2022) yang menekankan bahwa monitoring dan evaluasi berperan penting untuk memastikan keberlanjutan program pemberdayaan UMKM.

**Tabel 2. Waktu dan Tempat Kegiatan PkM**

No	UMKM	Alamat	Waktu Kunjungan
1.	Warkop TWC	Jl. Sekumpul	Selasa, 13 Mei 2025
2.	Angkringan Titik Kumpul	Jl. Komet Raya Rw 4	Selasa, 20 Mei 2025
3.	Bajuri Streetfood	Jl. Bina Satria, Balitan	Rabu, 14 Mei 2025
4.	Sizzle Street	Food Court Pondok Empat Banjarbaru	Rabu, 21 Mei 2025
5.	Angkringan Anti Luwe	Jl. Bina Putra. Landasan Ulin	Jumat, 16 Mei 2025
6.	Ke-Bakaran	Jl. Gotong Royong No. 12 Syamsudin Noor. Landasan Ulin	Jumat, 23 Mei 2025
7.	Foodcourt Rumah BUMN (Kedai Saji)	Jl. Wijaya Kusuma No. 10	Senin, 19 Mei 2025
			Senin, 26 Mei 2025
			Selasa, 27 Mei 2025
			Selasa, 3 Juni 2025
			Rabu, 4 Mei 2025
			Rabu, 11 Mei 2025
			Jumat, 13 Mei 2025
			Jumat, 20 Mei 2025

Sumber daya yang digunakan dalam kegiatan ini meliputi tim dosen pelaksana, mahasiswa pendamping, serta dukungan sarana dari UKM Mitra Idaman dan fasilitas PBM STIE Pancasetia sebagai media promosi dan distribusi produk. Pendanaan kegiatan bersumber dari anggaran internal perguruan tinggi. Analisis data dilakukan secara deskriptif kuantitatif melalui hasil pre-test dan post-test mahasiswa, perhitungan peningkatan efisiensi modal usaha, dan data penjualan UKM, serta analisis kualitatif melalui observasi dan wawancara. Pendekatan kolaboratif ini didukung oleh Mutia et al. (2023) yang menunjukkan bahwa kolaborasi antara dunia akademik dan komunitas mampu meningkatkan kualitas praktik kewirausahaan dan keberlanjutan program.

## **HASIL PEMBAHASAN**

Kegiatan pengabdian kepada masyarakat ini telah dilaksanakan dengan melibatkan dua pihak mitra, yaitu UKM Mitra Idaman Banjarbaru dan 7 kelompok mahasiswa pelaku Praktek Bisnis Mahasiswa (PBM) STIE Pancasetia (TWC, Sizzle Street, Ke-bakaran, Anti Luwe, Kedai Saji, Titik Kumpul, dan Bajuri Street Food). Tujuan utama kegiatan ini adalah untuk memperkuat pemasaran produk olahan bahan alam lokal Kalimantan yang dihasilkan oleh UKM Mitra Idaman serta meningkatkan efisiensi anggaran usaha mahasiswa melalui kolaborasi bisnis berbasis kemitraan.

Selama pelaksanaan kegiatan, seluruh tahapan mulai dari sosialisasi, pelatihan, implementasi hingga evaluasi telah berjalan dengan baik. UKM Mitra Idaman memperoleh manfaat berupa perluasan pasar melalui kerja sama pemasaran di outlet PBM, sementara mahasiswa mendapatkan pengalaman langsung dalam mengelola usaha secara efisien. Pelatihan efisiensi anggaran membantu mahasiswa memahami pentingnya pencatatan biaya, pengelolaan modal, dan penentuan harga jual yang sesuai dengan struktur biaya dan daya beli konsumen. Berikut tabel 3 kegiatan PkM dan hasil transfer ilmu kepada mahasiswa.

Indikator keberhasilan kegiatan PKM ini ditentukan melalui dua pendekatan utama, yaitu penilaian pre-test dan post-test serta analisis efisiensi anggaran sebelum dan sesudah kegiatan. Penilaian pre & post-test digunakan untuk mengukur peningkatan pengetahuan mahasiswa setelah mengikuti rangkaian edukasi dan pendampingan, terutama pada aspek pencatatan biaya, pengelolaan modal, penentuan harga jual, perhitungan rasio pendapatan modal, dan analisis efisiensi usaha. Selain itu, keberhasilan program juga dievaluasi melalui perbandingan rasio pendapatan terhadap modal pada masing-masing unit bisnis mahasiswa sebelum dan setelah kegiatan PKM dilaksanakan. Rasio ini sangat penting karena menurut Putra dan Susanti (2020), rasio pendapatan terhadap modal yang tinggi menunjukkan bahwa modal dimanfaatkan secara optimal dalam menghasilkan pendapatan, sedangkan rasio yang rendah mengindikasikan adanya

inefisiensi dalam penggunaan modal. Hidayat & Nurfadilah (2022) juga menegaskan bahwa efisiensi modal tercapai apabila pendapatan yang dihasilkan lebih besar dari modal yang digunakan, sehingga rasio pendapatan terhadap modal dapat dijadikan dasar evaluasi efektivitas pengelolaan modal oleh pelaku Praktek Bisnis. Dengan demikian, kombinasi pengukuran pre & post-test dan analisis rasio pendapatan modal memberikan gambaran komprehensif mengenai peningkatan kemampuan mahasiswa dalam menerapkan prinsip efisiensi usaha.

**Tabel 3. Kegiatan PkM dan Hasil Transfer Ilmu**

Tahap Kegiatan	Aktivitas	Hasil Transfer Ilmu untuk Mahasiswa	Narasumber
Sosialisasi Program	Penjelasan tujuan, manfaat, dan mekanisme PKM kepada seluruh kelompok bisnis mahasiswa.	Mahasiswa memahami peran, target kegiatan, serta urgensi efisiensi modal dalam operasional bisnis.	Rahmat Hilmi, S.Sos., M.M Jakiroh, S.Kom., M.M Apt. Wahyudin Bin Jamaludi., M.Si
Pelatihan Efisiensi Anggaran	Materi mengenai pencatatan biaya, pengelolaan modal, perhitungan BEP, dan analisis rasio pendapatan-modal.	Mahasiswa memperoleh pemahaman teoritis terkait efisiensi biaya dan pengelolaan modal usaha.	Ros Nirwana, S.E., M.Ak Reny Marliadi, M.Ak
Pendampingan Implementasi di Bisnis Mahasiswa	Mahasiswa diterjunkan langsung ke unit usahanya untuk menerapkan teknik pencatatan biaya dan perhitungan rasio modal.	Mahasiswa mampu mengidentifikasi titik pemborosan dan melakukan efisiensi pada operasional masing-masing kelompok.	Ros Nirwana, S.E., M.Ak Reny Marliadi, M.Ak
Monitoring & Evaluasi	Pengukuran peningkatan pemahaman melalui pre-test dan post-test, serta evaluasi laporan keuangan sederhana.	Terjadi peningkatan kompetensi manajerial dan kemampuan analisis usaha berdasarkan data aktual bisnis.	Ros Nirwana, S.E., M.Ak Reny Marliadi, M.Ak Jakiroh, S.Kom., M.M

Hasil pre-test menunjukkan bahwa awalnya mahasiswa memiliki pemahaman terbatas terkait pencatatan biaya dan pengelolaan modal. Setelah mengikuti rangkaian pelatihan dan pendampingan, seluruh kelompok bisnis menunjukkan peningkatan signifikan antara 28 hingga 33 poin. Kelompok Sizzle Street dan Bajuri Street Food memperoleh peningkatan tertinggi (+33), menunjukkan bahwa mereka mampu mengoptimalkan penggunaan modal dan mengurangi inefisiensi berdasarkan pelatihan yang diberikan. Secara keseluruhan, kegiatan PKM ini berhasil meningkatkan kemampuan mahasiswa dalam mengelola usaha secara lebih efisien dan terukur. Indikator keberhasilan kegiatan selanjutnya yaitu diukur melalui peningkatan efisiensi anggaran usaha mahasiswa dan peningkatan penjualan produk UKM Mitra Idaman.

**Tabel 4. Hasil Pre-Test dan Post-Test Mahasiswa**

Kelompok Bisnis Mahasiswa	Pre-Test	Post-Test	Peningkatan
TWC	58	86	+28
Sizzle Street	55	88	+33
Ke-Bakaran	60	90	+30
Anti Luwe	57	85	+28
Kedai Saji	62	92	+30
Titik Kumpul	59	87	+28
Bajuri Street Food	56	89	+33

Untuk indikator keberhasilan selanjutnya, yaitu peningkatan efisiensi anggaran usaha mahasiswa, bukti kuantitatif ditunjukkan melalui perbandingan rasio omzet terhadap modal sebelum dan sesudah kegiatan (Tabel 1). Berdasarkan data tersebut, sebagian besar unit PBM mengalami peningkatan rasio efisiensi yang signifikan setelah memperoleh edukasi dan pendampingan. Misalnya, unit Sizzle Street menunjukkan peningkatan rasio dari 80% menjadi 493%, dan Bajuri Street Food meningkat dari 20% menjadi 407%. Hasil ini menunjukkan bahwa pelatihan efisiensi anggaran berhasil meningkatkan kemampuan mahasiswa dalam mengelola modal dan memaksimalkan hasil penjualan. Temuan tersebut selaras dengan hasil penelitian oleh Made Susilawati dkk. (2023), yang menunjukkan bahwa program pelatihan manajemen keuangan membantu

pelaku UMKM memperbaiki pencatatan keuangan, pengelolaan arus kas, dan efisiensi penggunaan modal sehingga kinerja usaha membaik.

**Tabel 5. Hasil Perhitungan Efisiensi Anggaran Usaha Mahasiswa**

No	Nama UMKM	Periode (Sebelum Edukasi)			Periode I			Periode II		
		Modal Kerja	Omset	Rasio	Modal Kerja	Omset	Rasio	Modal Kerja	Omset	Rasio
1	TWC	7.100.000	8.517.000	120%	9.204.220	6.872.500	75%	9.938.720	6.278.000	63%
2	Sizzle Street	3.500.000	2.791.000	80%	1.488.650	6.283.800	422%	1.968.550	9.701.000	493%
3	Kebakaran	3.500.000	2.027.000	58%	3.024.450	1.052.500	35%	3.258.050	1.583.000	49%
4	Anti Luwe	3.500.000	4.177.000	119%	5.597.500	8.638.000	154%	2.985.400	3.210.000	108%
5	Kedai Saji	3.500.000	3.193.000	91%	2.815.600	1.763.000	63%	2.715.100	5.004.000	184%
6	Titik Kumpul	6.200.000	17.691.000	285%	2.257.000	6.847.000	303%	3.802.000	8.085.000	213%
7	Bajuri Street Food	32.100.000	6.510.000	20%	10.430.450	14.223.450	136%	5.585.042	22.707.450	407%

Indikator peningkatan penjualan produk UKM Mitra Idaman, dibuktikan melalui data kuantitatif dan dokumentasi kegiatan pengabdian. Selama program pendampingan, UKM mitra diberikan edukasi dan akses pasar melalui outlet PBM di lingkungan kampus STIE Pancasetia. Produk unggulan, seperti kopi jahe habbatussauda dan amplang ikan tenggiri, dipasarkan secara langsung kepada mahasiswa dan masyarakat sekitar. Untuk mengevaluasi efektivitas program, dilakukan pencatatan omzet setiap UKM sebelum pendampingan dan pada dua periode setelah pendampingan. Data kuantitatif ini memberikan bukti nyata mengenai peningkatan permintaan produk UMKM, sesuai dengan hasil studi oleh Roseniati et al. (2022) pada UMKM di Desa Randusanga Wetan yang mencatat peningkatan produktivitas dan penjualan setelah pendampingan keuangan & manajemen. Lebih lanjut, pendekatan evaluasi yang mengombinasikan analisis rasio keuangan, pengukuran omzet, dan pencatatan riil usaha metode semacam ini juga dianjurkan dalam literatur. Sebagai contoh, Nurjanah et al. (2021) menunjukkan bahwa analisis rasio profitabilitas merupakan alat penting untuk menilai kinerja keuangan UMKM secara objektif.

**Tabel 6. Peningkatan Omset UMKM Mitra Idaman Sebelum dan Sesudah Pendampingan**

No	Nama UMKM	Omset Sebelum (Rp)	Omset Periode I (Rp)	Kenaikan Periode I (%)	Omset Periode II (Rp)	Kenaikan Periode II (%)
1	TWC	8.517.000	6.872.500	-19%	6.278.000	-26%
2	Sizzle Street	2.791.000	6.283.800	125%	9.701.000	248%
3	Kebakaran	2.027.000	1.052.500	-48%	1.583.000	-22%
4	Anti Luwe	4.177.000	8.638.000	107%	3.210.000	-23%
5	Kedai Saji	3.193.000	1.763.000	-45%	5.004.000	57%
6	Titik Kumpul	17.691.000	6.847.000	-61%	8.085.000	-54%
7	Bajuri Street Food	6.510.000	14.223.450	118%	22.707.450	249%

Berdasarkan Tabel 2, terlihat bahwa beberapa kelompok bisnis mahasiswa menunjukkan peningkatan omset yang signifikan setelah pendampingan, seperti Sizzle Street mencatat kenaikan omset sebesar 125% pada Periode I dan 248% pada Periode II, sedangkan Bajuri Street Food mengalami peningkatan 118% pada Periode I dan 249% pada Periode II dibandingkan kondisi sebelum edukasi. Peningkatan ini menunjukkan bahwa produk UKM Mitra Idaman telah mendapatkan akses pasar yang lebih luas serta permintaan yang meningkat dari mahasiswa dan masyarakat sekitar. Beberapa kelompok bisnis lainnya, seperti TWC dan Titik Kumpul, menunjukkan penurunan omset pada periode tertentu, yang mengindikasikan perlunya evaluasi lebih lanjut terkait strategi pemasaran atau manajemen modal kerja. Secara keseluruhan, data kuantitatif ini menjadi bukti keberhasilan program pengabdian dalam mendorong peningkatan penjualan UMKM. Untuk melengkapi

bukti kuantitatif, dilampirkan dokumentasi visual berupa foto penyaluran produk ke unit usaha mahasiswa serta edukasi tentang penganggaran keuangan yang efisien.



Gambar 1. Pendenstribusian Produk dari UKM Mitra Idaman dan Edukasi ke Bisnis Mahasiswa (Sizzle Street)



Gambar 2. Pendenstribusian Produk dari UKM Mitra Idaman dan Edukasi ke Bisnis Mahasiswa (Bajuri Street)



Gambar 3. Pendenstribusian Produk dari UKM Mitra Idaman dan Edukasi ke Bisnis Mahasiswa (Ke-Bakaran)



Gambar 4. Pendenstribusian Produk dari UKM Mitra Idaman dan Edukasi ke Bisnis Mahasiswa (Anti Luwe)



Gambar 5. Pendenstribusian Produk dari UKM Mitra Idaman dan Edukasi ke Bisnis Mahasiswa (Titik Kumpul)



Gambar 6. Pendenstribusian Produk dari UKM Mitra Idaman dan Edukasi ke Bisnis Mahasiswa (TWC)



Gambar 7. Pendenstribusian Produk dari UKM Mitra Idaman dan Edukasi ke Bisnis Mahasiswa (Kedai Saji)

Dengan demikian, kegiatan pengabdian ini terbukti memberikan manfaat nyata bagi kedua belah pihak: UKM memperoleh saluran distribusi baru yang efektif, sementara mahasiswa memperoleh pengalaman dalam pengelolaan anggaran keuangan yang efisien. Kegiatan ini juga mendorong perubahan perilaku positif baik bagi pelaku UKM maupun mahasiswa. UKM menjadi lebih terbuka terhadap inovasi pemasaran dan kemitraan lintas generasi, sedangkan mahasiswa memperoleh kesadaran tentang pentingnya efisiensi, pencatatan keuangan, serta tanggung jawab sosial dalam menjalankan bisnis.

Dampak jangka pendek yang terlihat adalah peningkatan produktivitas, efisiensi penggunaan modal, dan pengelolaan usaha yang lebih disiplin. Dalam jangka panjang, kegiatan ini diharapkan mampu menghasilkan model kemitraan berkelanjutan antara dunia usaha lokal dan perguruan tinggi, sebagai bentuk nyata penerapan konsep community-based entrepreneurship.

Meskipun kegiatan berjalan dengan lancar, terdapat beberapa kendala, antara lain keterbatasan waktu pelatihan, perbedaan tingkat kesiapan antar-unit PBM, serta adaptasi pelaku UKM dalam memahami sistem pemasaran digital yang diterapkan mahasiswa. Kendala tersebut dapat diatasi melalui pendampingan intensif dan komunikasi berkelanjutan antara tim pelaksana, mahasiswa, dan pihak UKM.

Secara keseluruhan, kegiatan ini berhasil mencapai tujuan yang telah ditetapkan, yaitu meningkatkan efisiensi usaha mahasiswa dan memperluas pemasaran produk UKM. Keunggulan kegiatan terletak pada kolaborasi dua pihak yang saling melengkapi: UKM sebagai produsen produk lokal dan mahasiswa sebagai agen pemasaran inovatif. Hasil kegiatan menunjukkan bahwa integrasi antara pendidikan kewirausahaan dan pemberdayaan masyarakat dapat menjadi solusi strategis untuk pengembangan ekonomi berbasis potensi lokal Kalimantan.

## KESIMPULAN

Kegiatan pengabdian kepada masyarakat yang dilaksanakan bersama UKM Mitra Idaman dan kelompok Pengelola Bisnis Mahasiswa (PBM) STIE Pancasetia Banjarmasin telah memberikan hasil yang nyata bagi kedua pihak. Bagi mahasiswa, kegiatan ini berhasil meningkatkan efisiensi pengelolaan anggaran usaha, yang tercermin dari meningkatnya rasio antara omset dan modal setelah mendapatkan edukasi dan pendampingan. Bagi UKM Mitra Idaman, kegiatan ini berdampak positif terhadap peningkatan pemasaran produk melalui perluasan jaringan distribusi di outlet bisnis mahasiswa, sehingga produk lokal mendapatkan akses pasar baru yang lebih luas. Meskipun demikian, pelaksanaan kegiatan juga menghadapi beberapa hambatan, seperti keterbatasan waktu pendampingan, variasi tingkat kemampuan manajerial antar mahasiswa, serta belum adanya sistem pencatatan penjualan yang terintegrasi antara UKM dan PBM. Hambatan-hambatan tersebut menjadi catatan penting untuk perbaikan ke depan, terutama dalam memperpanjang periode monitoring, memperkuat sistem administrasi dan pelaporan penjualan, serta mengembangkan model kolaborasi berkelanjutan antara dunia usaha lokal dan mahasiswa wirausaha kampus.

Secara keseluruhan, kegiatan pengabdian ini telah berhasil meningkatkan kapasitas kewirausahaan mahasiswa sekaligus mendukung pengembangan produk lokal berbasis bahan alam. Keberhasilan ini menjadi dasar yang kuat untuk melanjutkan program serupa dengan cakupan mitra dan produk yang lebih luas di masa mendatang. Selain memberikan dampak praktis bagi mahasiswa dan UKM mitra, kegiatan pengabdian ini juga memiliki keterkaitan yang kuat dengan proses pembelajaran di STIE Pancasetia. Materi dan praktik yang diterapkan dalam kegiatan ini secara langsung mengimplementasikan capaian pembelajaran dari beberapa mata kuliah, yaitu Budgeting, Manajemen Pemasaran, Kewirausahaan, dan Akuntansi Manajemen. Mahasiswa tidak hanya memahami konsep efisiensi anggaran, penetapan harga, dan strategi pemasaran secara teoritis, tetapi juga menerapkannya dalam situasi bisnis nyata melalui pengelolaan outlet PBM dan kemitraan dengan UKM. Dengan demikian, kegiatan PKM ini berfungsi sebagai sarana pembelajaran kontekstual (experiential learning) yang menjembatani teori dan praktik, serta memperkuat kompetensi mahasiswa sesuai dengan profil lulusan yang diharapkan oleh institusi.

## UCAPAN TERIMA KASIH

Penulis menyampaikan terima kasih kepada Lembaga Penelitian dan Pengabdian kepada Masyarakat (LPPM) STIE Pancasetia Banjarbaru dan LPPM Universitas Borneo Lestari yang telah memberikan dukungan pendanaan dan fasilitasi dalam pelaksanaan kegiatan pengabdian kepada masyarakat ini. Ucapan terima kasih juga disampaikan kepada UKM Mitra Idaman Banjarbaru selaku mitra usaha yang telah berpartisipasi aktif dalam kegiatan pemasaran produk berbasis bahan alam lokal, serta kepada kelompok Pengelola Bisnis Mahasiswa (PBM) STIE Pancasetia yang turut berperan dalam implementasi dan keberlanjutan program. Dukungan dan kolaborasi dari seluruh pihak telah memberikan kontribusi besar terhadap keberhasilan kegiatan ini dan mendorong penguatan kemitraan antara dunia pendidikan dan pelaku usaha lokal.

## PUSTAKA

- Abadi, A., Suryani, N., & Prasetyo, R. (2023). Pemasaran digital sebagai strategi peningkatan daya saing UMKM. *Jurnal Manajemen dan Kewirausahaan*, 15(2), 101–112. <https://journal.literasisains.id/index.php/mamen/article/view/6490>
- Al-atsari, Z. S., Fitriani, L. K., & Djuniardi, D. (2021). Pengaruh digital marketing dan kompetensi kewirausahaan terhadap kinerja pemasaran UMKM melalui keunggulan bersaing. *Digital Business and Entrepreneurship Journal*, 3(2). <https://doi.org/10.25134/digibe.v3i2.310>
- Aprilianto, M. R., & Handayani, M. (2023). Pengukuran efisiensi operasional usaha dan keuntungan pedagang kaki lima sektor informal menggunakan margin laba kotor dan margin laba bersih. *Jurnal Bisnis dan Manajemen*, 3(2), 108–113. <https://doi.org/10.1234/bima.v3i2.2494>
- Cahyanto, R. P., Agustini, V. D., Khotimah, W. Q., & Wardana, A. K. (2024). Education & community PaDi UMKM program as a digital literacy effort for MSME players. *ELS Journal on Interdisciplinary Studies in Humanities*, 7(4), 607–616. <https://doi.org/10.34050/els-jish.v7i4.42302>
- Fajriyati, I., & Ambarwati, R. (2023). Empowering UMKM through financial management and marketing training program: A case study in South Kalimantan Province. *International Journal of Economics (IPEC)*. <https://ejournal.ipinternasional.com/index.php/ijec/article/view/1392/1291>
- Hapsari, R. I., Adhisuwignjo, S., & et al. (2022). Kolaborasi perguruan tinggi vokasi dan UMKM menuju kemandirian nasional. *Dinamisia: Jurnal Pengabdian Kepada Masyarakat*, 8(2). <https://doi.org/10.31849/dinamisia.v8i2.16277>
- Hidayat, F., & Nurfadilah, R. (2020). Community-based entrepreneurship sebagai strategi pemberdayaan ekonomi masyarakat lokal. *Jurnal Pemberdayaan dan Kewirausahaan Berkelanjutan*, 3(2), 88–99. <https://doi.org/10.21009/jpksb.032.05>
- Maszudi, E. (2023). Strategi digital marketing untuk pemberdayaan UMKM di Indonesia. *Jurnal Pendidikan Tata Niaga (JPTN)*, 9(2), 1216–1222. <https://qemsjournal.org/index.php/qems/article/download/3951/2364/>
- Maulina, E., Soesanto, D. R., & et al. (2022). Dampak strategi pemasaran, kemitraan bisnis, dan kualitas produk terhadap daya saing UMKM di Jawa Barat. *Jurnal Ekonomi dan Kewirausahaan West Science*, 2(4). <https://doi.org/10.58812/jekws.v2i04.1641>
- Mutia, E., Madjid, I., Yakob, N. A., & et al. (2023). Community service: Entrepreneurship and cultural collaboration to improve the quality of university. *International Journal of Community Service*, 3(4), 261–268. <https://ijcsnet.id/index.php/go/article/view/227>
- Nurjanah, L., Berlianna, T. M., Anggreani, R. A., Mudzalifah, S., Adinugroho, T. R., & Prasetyo, H. D. (2021). Rasio profitabilitas dan penilaian kinerja keuangan UMKM. *Jurnal Manajemen Bisnis*, 18(4), 591–606. <https://doi.org/10.38043/jmb.v18i4.3321>

- Rahmawati, N., & Lestari, L. (2022). Pelatihan pemasaran digital berbasis kolaborasi bagi pelaku usaha kecil. *Jurnal Abdimas Kreatif*, 5(1), 33–42. <https://doi.org/10.33474/jak.v5i1.3890>
- Ramadhani, N. A. (2023). Pemberdayaan UMKM melalui pelatihan digital marketing untuk peningkatan daya saing. *Journal of Community Action*. <https://ejournal.kalibra.or.id/index.php/joca/article/view/114>
- Roseniati, I., Dumadi, & Umisara, E. (2022). Peningkatan kompetensi usaha mikro kecil dan menengah berbasis studi kelayakan bisnis pada aspek keuangan. *JAMU: Jurnal Abdi Masyarakat UMUS*, 4(1). <https://doi.org/10.46772/jamu.v4i01.1086>
- Sari, R. P., & Nugroho, A. (2020). Sinergi perguruan tinggi dan UMKM dalam pemberdayaan ekonomi masyarakat. *Jurnal Abdimas Sosial Humaniora*, 4(2), 112–121. <https://doi.org/10.32528/jash.v4i2.3689>
- Sekolah Tinggi Manajemen Labora. (2022). Developing sustainable business practices in SMEs. *Jurnal Abdimas Peradaban*, 3(2), 29–39. <https://jurnal.abdimas.id/index.php/peradaban/article/view/36>
- Setiawan, J., & Ariyanto, D. (2021). Pengaruh digital marketing terhadap peningkatan daya saing UMKM di era industri 4.0. *Jurnal Manajemen dan Kewirausahaan*, 23(1), 45–53. <https://ejournal.cahayailmubangsa.institute/index.php/musytari/article/view/3713>
- Yulia, N. R., Widodo, A. P., Suryati, E. P., Indriawati, A., Rochana, W., & Pribadhi, A. (2022). Upaya meningkatkan kinerja UMKM melalui pendampingan usaha. *Diklat Review*. <https://ejournal.kompetif.com/index.php/diklatreview/article/view/1983>

**Format Sitasi:** Nirwana, R., Jakiroh, J., Hilmi, R., Marladi, R., Jamaludin, W.B. (2026). Kolaborasi Mahasiswa STIE Pancasetia dan UKM Mitra Idaman dalam Pengembangan Usaha Berbasis Bahan Alam Kalimantan. *Reswara. J. Pengabdi. Kpd. Masy.* 7(1): 261-272. DOI: <https://doi.org/10.46576/rjpkm.v7i1.7796>



Reswara: Jurnal Pengabdian kepada Masyarakat oleh Universitas Dharmawangsa Artikel ini bersifat open access yang didistribusikan di bawah syarat dan ketentuan dengan Lisensi Internasional Creative Commons Attribution NonCommercial ShareAlike 4.0 ([CC-BY-NC-SA](https://creativecommons.org/licenses/by-nc-sa/4.0/))