

## PENGUATAN KAPASITAS ANGGOTA KOPERASI DIFABEL MELALUI PELATIHAN PENCATATAN KEUANGAN DAN DIFERENSIASI PRODUK

Rusdianto<sup>1</sup>, Rintan Nuzul Ainy<sup>2\*</sup>, Bagus Gumelar<sup>3</sup>, Tedy Setiadi<sup>4</sup>, Sudarmini<sup>5</sup>,  
Lutfir Rahman Sihono<sup>6</sup>, Alfian Lingga Bagaskara<sup>7</sup>, Rista Ayu Suryani<sup>8</sup>

<sup>1,2,6,7,8</sup>Akuntansi, Universitas Ahmad Dahlan, Indonesia

<sup>3</sup>Manajemen, Universitas Ahmad Dahlan, Indonesia

<sup>4</sup>Informatika, Universitas Ahmad Dahlan, Indonesia

<sup>5</sup>Pendidikan Bahasa dan Sastra Indonesia, Universitas Ahmad Dahlan, Indonesia

[rintan.ainy@act.uad.ac.id](mailto:rintan.ainy@act.uad.ac.id)

### ABSTRAK

**Abstrak:** Anggota Koperasi Pemasaran Bangun Akses Kemandirian Difabel menghadapi tantangan dalam pencatatan keuangan usaha dan pengembangan diferensiasi produk. Kegiatan pengabdian ini bertujuan meningkatkan kapasitas anggota Koperasi Pemasaran Bangun Akses Kemandirian Difabel melalui pelatihan pencatatan keuangan sederhana dan diferensiasi produk dengan pendekatan partisipatif. Metode pelaksanaan meliputi pelatihan, diskusi, praktik sederhana, serta evaluasi pascakegiatan menggunakan kuesioner *self-evaluation* 10 pertanyaan terkait pemahaman dan persepsi manfaat kegiatan dengan penilaian skala likert 5 poin. Kegiatan diikuti oleh 60 anggota koperasi dan dilaksanakan di salah satu rumah anggota koperasi daerah Ngaglik, Sleman. Hasil kegiatan menunjukkan peningkatan pemahaman peserta, tercermin dari 93,8% peserta yang memahami pencatatan keuangan usaha, 93,4% yang menilai pelatihan bermanfaat, dan 90,6% yang menyatakan kesiapan melakukan pencatatan keuangan secara rutin. Peserta juga menunjukkan pemahaman yang baik mengenai pentingnya target pasar dan keunikan produk sebagai bagian dari penguatan daya saing usaha. Kegiatan ini berkontribusi terhadap penguatan *soft skills* dan *hard skills* awal peserta dalam pengelolaan usaha, serta mendukung pengembangan koperasi yang lebih mandiri, inklusif, dan berkelanjutan.

**Kata Kunci:** Koperasi Difabel; Pencatatan Keuangan; Diferensiasi Produk; Pemberdayaan Usaha.

**Abstract:** Members of the Bangun Akses Kemandirian Difabel Marketing Cooperative face challenges in business financial record-keeping and product differentiation. This community service activity aims to enhance the capacity of members of the Bangun Akses Kemandirian Difabel Marketing Cooperative through training in simple financial record-keeping and product differentiation using a participatory approach. Implementation methods include training, discussions, simple practical exercises, and post-activity evaluation using a 10-question self-evaluation questionnaire regarding understanding and perception of the activity's benefits, assessed on a 5-point Likert scale. The activity was attended by 60 cooperative members and was held at the home of one of the cooperative members in the Ngaglik area, Sleman. The results of the activity showed an increase in participants' understanding, reflected in 93.8% of participants who understood business financial record-keeping, 93.4% who rated the training as beneficial, and 90.6% who stated their readiness to perform financial record-keeping on a regular basis. Participants also demonstrated a good understanding of the importance of target markets and product uniqueness as part of strengthening business competitiveness. This activity contributed to strengthening participants' foundational soft and hard skills in business management, as well as supporting the development of a more independent, inclusive, and sustainable cooperative.

**Keywords:** Disability Cooperative; Financial Record-Keeping; Product Differentiation; Business Empowerment.



#### Article History:

Received: 30-04-2026

Revised : 13-05-2026

Accepted: 19-05-2026

Online : 01-06-2026



This is an open access article under the  
CC-BY-SA license

## A. LATAR BELAKANG

Koperasi dan usaha mikro memiliki peran penting dalam memperkuat ekonomi masyarakat, khususnya melalui pengembangan usaha berbasis anggota dan pemberdayaan ekonomi lokal (Bongomin et al., 2017). Namun demikian, pelaku usaha mikro masih menghadapi berbagai tantangan, terutama dalam aspek pengelolaan usaha dan daya saing produk (OECD, 2020). Permasalahan yang sering ditemukan meliputi lemahnya pencatatan keuangan dan pencampuran keuangan usaha dan pribadi yang menyebabkan pengelolaan usaha menjadi tidak tertata (Lusardi, 2019). Di sisi lain, rendahnya diferensiasi produk menyebabkan usaha cenderung bersaing pada harga dan sulit berkembang secara berkelanjutan (Sohilauw et al., 2020; Susan et al., 2023). Kondisi ini menunjukkan pentingnya intervensi penguatan kapasitas usaha bagi pelaku usaha mikro, termasuk yang berada dalam wadah koperasi.

Permasalahan tersebut juga ditemukan pada anggota Koperasi Pemasaran Bank Difabel sebagai mitra pengabdian. Berdasarkan identifikasi awal, permasalahan utama yang dihadapi mitra meliputi: (1) sebagian anggota belum melakukan pencatatan keuangan usaha secara teratur; (2) pengelolaan keuangan usaha masih bercampur dengan keuangan pribadi; dan (3) sebagian produk usaha anggota belum memiliki diferensiasi yang kuat sehingga daya saing produk masih terbatas. Kondisi tersebut sejalan dengan temuan Acquaah dan Agyapong (2015) yang menunjukkan bahwa usaha mikro masih menghadapi kendala dalam pembangunan keunggulan bersaing berbasis diferensiasi produk. Desmiyawati et al. (2024) juga menegaskan bahwa literasi keuangan dan pemanfaatan teknologi berperan penting dalam mendukung keunggulan bersaing UMKM. Lebih lanjut, Utami et al. (2021) menemukan bahwa pelaku usaha mikro pada umumnya masih menghadapi keterbatasan dalam praktik pengelolaan keuangan usaha. Kondisi tersebut menjadi dasar penting dilaksanakannya kegiatan pengabdian sebagai upaya penguatan kapasitas anggota koperasi.

Berbagai hasil penelitian dan pengabdian sebelumnya menunjukkan bahwa pelatihan pencatatan keuangan sederhana dapat menjadi solusi dalam meningkatkan kapasitas manajerial pelaku usaha mikro. Lusardi (2019) menunjukkan bahwa literasi keuangan menjadi kebutuhan mendasar bagi pelaku usaha agar mampu mengelola keuangan secara lebih baik. Pelatihan dan pendampingan pencatatan keuangan dilaporkan mampu meningkatkan pemahaman pelaku UMKM dalam pengelolaan arus kas dan penyusunan pencatatan usaha sederhana (Masdupi et al., 2025). Selain itu, Ye dan Kulathunga (2019) menemukan bahwa literasi keuangan berkontribusi terhadap keberlanjutan usaha kecil dan menengah.

Dalam konteks pengabdian, pelatihan penyusunan laporan keuangan berbasis SAK EMKM juga terbukti mendukung peningkatan kapasitas administrasi keuangan pelaku usaha mikro (Purwanto et al., 2023). Sari et

al. (2025) memperkuat temuan tersebut dengan menunjukkan bahwa pelatihan keuangan berbasis SAK EMKM mendukung kesiapan pengembangan usaha. Temuan-temuan tersebut menunjukkan bahwa intervensi edukatif berbasis pelatihan berpotensi mendukung penguatan kapasitas usaha mikro secara berkelanjutan. Di sisi lain, penguatan daya saing usaha melalui diferensiasi produk juga menjadi salah satu strategi yang banyak direkomendasikan dalam pengembangan usaha mikro. Kotler dan Keller (2016) menekankan bahwa diferensiasi produk merupakan salah satu strategi utama dalam membangun keunggulan kompetitif di pasar. Acquaah dan Agyapong (2015) menunjukkan bahwa kapabilitas manajerial dan pemasaran berkontribusi terhadap peningkatan keunggulan bersaing usaha kecil.

Selanjutnya, Sok et al. (2013) menemukan bahwa inovasi dan kapabilitas pemasaran berperan penting dalam pencapaian kinerja usaha kecil dan menengah yang superior. Pemahaman mengenai keunikan produk, nilai tambah, dan orientasi pasar menjadi penting agar pelaku usaha tidak hanya bersaing berbasis harga, tetapi juga mampu membangun posisi produk yang lebih kuat di pasar. Namun demikian, sebagian besar kegiatan pendampingan usaha umumnya masih berfokus pada penguatan keuangan atau pemasaran secara terpisah, sementara integrasi keduanya masih relatif terbatas. Padahal, pengelolaan keuangan dan diferensiasi produk merupakan dua aspek yang saling berkaitan dalam penguatan kapasitas usaha. Kegiatan pengabdian ini menawarkan pendekatan integratif melalui penguatan pencatatan keuangan dan diferensiasi produk sebagai upaya menjawab kesenjangan tersebut.

Berdasarkan kondisi tersebut, kegiatan pengabdian ini menawarkan solusi melalui pelatihan pencatatan keuangan sederhana dan diferensiasi produk dengan pendekatan partisipatif. Pendekatan partisipatif dipilih karena dinilai mampu mendorong keterlibatan mitra dalam proses pemberdayaan dan meningkatkan keberlanjutan implementasi program. Solusi ini dirancang untuk memperkuat kemampuan anggota koperasi dalam mengelola usaha secara lebih tertata sekaligus meningkatkan orientasi daya saing usaha melalui penguatan keunikan produk.

Pendekatan integratif ini menjadi nilai tambah kegiatan karena menggabungkan penguatan kapasitas internal usaha dan strategi daya saing produk dalam satu model pendampingan. Dengan demikian, kegiatan ini diharapkan tidak hanya memperkuat pengelolaan usaha anggota, tetapi juga mendukung pengembangan usaha yang lebih berkelanjutan. Berdasarkan hal tersebut, tujuan kegiatan pengabdian ini adalah meningkatkan pemahaman dan kapasitas anggota Koperasi Pemasaran Bank Difabel dalam pengelolaan keuangan usaha serta pengembangan diferensiasi produk sebagai bagian dari penguatan koperasi yang lebih mandiri, inklusif, dan berkelanjutan.

## B. METODE PELAKSANAAN

Kegiatan pengabdian ini dilaksanakan pada anggota Koperasi Pemasaran Bank Difabel yang berlokasi di Ngaglik, Kabupaten Sleman, dengan jumlah peserta sebanyak 60 orang anggota koperasi yang sebagian besar merupakan pelaku usaha mikro di bidang kuliner, kerajinan, dan jasa. Bentuk kegiatan pengabdian yang dilakukan meliputi pelatihan, penyuluhan, dan pendampingan. Pelaksanaan kegiatan melibatkan tim dosen sebagai fasilitator dan narasumber pelatihan, serta mahasiswa sebagai pendamping kegiatan dalam mendukung proses pelaksanaan dan interaksi peserta selama kegiatan berlangsung.

Pelaksanaan kegiatan dilakukan melalui tiga tahapan, yaitu pra kegiatan, pelaksanaan kegiatan, serta monitoring dan evaluasi. Tahap pra kegiatan dilakukan melalui koordinasi dengan mitra, identifikasi kebutuhan, serta penyusunan materi pelatihan sesuai permasalahan mitra. Berdasarkan hasil identifikasi, materi yang dikembangkan meliputi pencatatan keuangan sederhana dan diferensiasi produk sebagai fokus penguatan kapasitas usaha anggota koperasi.

Tahap pelaksanaan kegiatan dilakukan melalui dua sesi utama, yaitu pelatihan pencatatan keuangan sederhana dan pelatihan diferensiasi produk (*unique selling proposition*). Materi disampaikan melalui ceramah interaktif, diskusi, studi kasus sederhana, dan praktik berbasis contoh usaha peserta. Secara umum alur tahapan kegiatan meliputi identifikasi kebutuhan mitra, pelaksanaan pelatihan, dan evaluasi hasil kegiatan.

Monitoring dan evaluasi dilakukan dalam dua tahap, yaitu evaluasi selama kegiatan berlangsung melalui observasi partisipasi peserta dan diskusi interaktif, serta evaluasi pasca kegiatan menggunakan kuesioner *self-evaluation* menggunakan 5 skala likert untuk mengukur tingkat pemahaman peserta dan persepsi manfaat kegiatan. Data hasil evaluasi dianalisis secara deskriptif menggunakan persentase untuk melihat dampak awal kegiatan terhadap peningkatan pemahaman dan kesiapan peserta dalam menerapkan hasil pelatihan.

## C. HASIL DAN PEMBAHASAN

### 1. Tahap Pra Kegiatan: Koordinasi, Identifikasi Kebutuhan, dan Penyusunan Materi

Tahap pra-kegiatan merupakan langkah awal yang dilakukan sebelum pelaksanaan pelatihan. Pada tahap ini, tim pengabdian melakukan koordinasi dengan pengurus Koperasi Pemasaran Bank Difabel untuk membangun pemahaman bersama mengenai tujuan, mekanisme, dan jadwal pelaksanaan kegiatan. Koordinasi dilakukan melalui pertemuan langsung dan komunikasi intensif dengan pengurus koperasi guna memastikan kesiapan mitra dalam mengikuti rangkaian kegiatan yang direncanakan.

Selanjutnya, dilakukan identifikasi kebutuhan mitra melalui diskusi dengan pengurus koperasi dan observasi awal terhadap kondisi usaha anggota. Hasil identifikasi menunjukkan bahwa sebagian besar anggota koperasi belum memiliki kebiasaan mencatat transaksi keuangan usaha secara teratur, masih mencampurkan keuangan usaha dengan keuangan pribadi, serta belum memahami pentingnya membangun keunikan produk sebagai strategi daya saing. Temuan ini menjadi dasar dalam menyusun materi pelatihan yang relevan dan sesuai dengan kebutuhan nyata mitra di lapangan.

Berdasarkan hasil identifikasi tersebut, tim pengabdian menyusun dua modul utama pelatihan, yaitu: (1) pencatatan keuangan sederhana yang mencakup pemisahan keuangan usaha dan pribadi, pencatatan pemasukan dan pengeluaran, serta penghitungan laba usaha; dan (2) diferensiasi produk yang mencakup pemahaman unique selling proposition (USP), identifikasi keunikan produk, dan strategi sederhana membangun daya saing usaha. Materi disusun dengan pendekatan yang sederhana, aplikatif, dan disesuaikan dengan konteks usaha peserta yang sebagian besar bergerak di bidang kuliner, kerajinan, dan jasa. Penyusunan materi yang berbasis kebutuhan mitra ini sejalan dengan prinsip pendekatan partisipatif yang menekankan pentingnya keterlibatan mitra dalam proses pemberdayaan (Chambers, 1994).

## **2. Pelaksanaan Pelatihan Pencatatan Keuangan**

Kegiatan pengabdian diawali dengan pelaksanaan pelatihan pencatatan keuangan sederhana bagi anggota Koperasi Pemasaran Bank Difabel sebagai upaya memperkuat kapasitas pengelolaan usaha peserta. Pelatihan ini dirancang berdasarkan kebutuhan mitra yang sebelumnya menunjukkan masih terbatasnya praktik pencatatan usaha yang dilakukan oleh anggota koperasi. Materi yang diberikan meliputi pemisahan keuangan usaha dan pribadi, pencatatan pemasukan dan pengeluaran, perhitungan laba usaha, serta pengenalan pengelolaan keuangan usaha sederhana sebagai dasar pengambilan keputusan usaha. Penyampaian materi dilakukan melalui ceramah interaktif, diskusi, dan studi kasus sederhana yang disesuaikan dengan konteks usaha peserta, sehingga materi lebih mudah dipahami dan dekat dengan praktik usaha sehari-hari. Dalam pelaksanaan kegiatan, peserta tidak hanya menerima materi secara konseptual, tetapi juga diajak mendiskusikan contoh-contoh sederhana terkait pencatatan transaksi usaha, penghitungan laba, dan permasalahan pengelolaan keuangan yang umum dihadapi dalam usaha mikro.

Peserta menunjukkan keterlibatan aktif selama kegiatan berlangsung, khususnya saat diskusi mengenai praktik pengelolaan keuangan usaha yang selama ini dijalankan. Keaktifan peserta terlihat dari respons terhadap materi, penyampaian pengalaman usaha yang dihadapi, serta partisipasi dalam mendiskusikan contoh-contoh pencatatan sederhana yang diberikan

selama pelatihan. Interaksi tersebut menunjukkan bahwa materi yang disampaikan relevan dengan kebutuhan peserta dan mendorong proses pembelajaran yang lebih partisipatif. Kegiatan ini menjadi tahap awal dalam penguatan kapasitas usaha anggota koperasi, khususnya pada aspek pengelolaan usaha yang lebih tertata. Melalui kegiatan ini, peserta mulai memperoleh pemahaman awal bahwa pencatatan keuangan sederhana tidak hanya berfungsi sebagai administrasi usaha, tetapi juga sebagai dasar dalam mengontrol kondisi usaha dan mendukung pengambilan keputusan usaha secara lebih terencana.

Hasil pengabdian ini memperkuat bahwa pelatihan pencatatan keuangan sederhana dapat menjadi langkah awal yang relevan dalam mendukung penguatan kapasitas usaha mikro, khususnya pada aspek pengelolaan usaha yang lebih tertib. Penguatan pemahaman peserta mengenai pencatatan keuangan menunjukkan bahwa literasi keuangan tidak hanya berkaitan dengan aspek administratif usaha, tetapi juga berhubungan dengan kemampuan pelaku usaha dalam mengelola sumber daya dan mengambil keputusan usaha secara lebih rasional. Hal ini didukung oleh Tuffour et al., (2022) yang menunjukkan bahwa literasi keuangan berkontribusi terhadap peningkatan kapasitas dan performa usaha kecil, serta sejalan dengan Satiti, (2020) yang menekankan kontribusi literasi keuangan terhadap kinerja usaha kecil dan menengah. Dalam konteks pengabdian, kegiatan ini juga mengindikasikan bahwa pendekatan pelatihan partisipatif dapat menjadi strategi yang relevan untuk mendorong perubahan pemahaman awal peserta menuju praktik pengelolaan usaha yang lebih baik.

### **3. Pelaksanaan Pelatihan Diferensiasi Produk**

Tahap berikutnya adalah pelaksanaan pelatihan diferensiasi produk yang berfokus pada penguatan pemahaman mengenai *unique selling proposition* (USP), identifikasi keunikan produk, dan strategi sederhana membangun daya saing usaha. Pelatihan ini dirancang untuk membantu peserta memahami bahwa pengembangan usaha tidak hanya bertumpu pada aspek produksi dan harga, tetapi juga pada kemampuan membangun nilai tambah dan ciri khas produk yang membedakan usahanya dari produk lain. Materi disampaikan menggunakan contoh-contoh usaha yang relevan dengan usaha peserta, sehingga peserta lebih mudah memahami konsep diferensiasi produk dalam konteks praktik usaha sehari-hari. Melalui diskusi dan studi kasus sederhana, peserta diajak mengidentifikasi potensi keunikan produk yang dimiliki, mengenali unsur nilai tambah yang dapat diperkuat, serta mendiskusikan strategi sederhana untuk memperluas daya tarik produk di pasar.

Selama kegiatan berlangsung, peserta terlibat aktif dalam diskusi mengenai ciri khas produk dan strategi sederhana membangun nilai tambah produk. Keaktifan peserta terlihat dari respons dalam mengidentifikasi keunikan produk yang dimiliki, berbagi pengalaman pemasaran yang selama

ini dilakukan, serta mendiskusikan peluang pengembangan produk berdasarkan karakteristik usaha masing-masing. Interaksi tersebut menunjukkan bahwa materi yang diberikan relevan dengan kebutuhan peserta dan mendorong tumbuhnya kesadaran awal mengenai pentingnya diferensiasi produk dalam pengembangan usaha. Kegiatan ini melengkapi penguatan kapasitas peserta tidak hanya pada aspek pengelolaan internal usaha, tetapi juga pada orientasi pengembangan produk dan pasar. Melalui kegiatan ini, peserta mulai memperoleh pemahaman bahwa keunikan produk dan nilai tambah dapat menjadi strategi sederhana untuk meningkatkan daya saing usaha, khususnya bagi pelaku usaha mikro yang beroperasi pada pasar yang kompetitif.

Hasil pengabdian ini mengindikasikan bahwa pelatihan diferensiasi produk tidak hanya memberikan tambahan pemahaman teknis mengenai keunikan produk, tetapi juga mulai memperluas perspektif peserta terhadap strategi pengembangan usaha yang lebih berorientasi pasar. Bagi pelaku usaha mikro dalam koperasi, pemahaman ini penting karena penguatan usaha tidak hanya ditentukan oleh kemampuan produksi, tetapi juga oleh kemampuan mengenali nilai khas produk yang dimiliki. Hasil kegiatan ini memperkuat relevansi penguatan *unique selling proposition* sebagai bagian dari strategi pengembangan usaha, sebagaimana ditunjukkan Fardani et al., (2024) bahwa penguatan pemahaman USP dapat mendukung branding dan identitas produk UMKM. Selain itu, (Arinda et al., 2025) juga menekankan bahwa diferensiasi produk dan USP berperan dalam membangun positioning produk yang lebih kuat. Dalam konteks pengabdian ini, pelatihan diferensiasi produk dapat dipandang sebagai intervensi awal yang relevan untuk memperkuat wawasan pemasaran dan orientasi pengembangan usaha anggota koperasi. Gambar 1 merupakan dokumentasi kegiatan Pelatihan Pencatatan Keuangan dan Diferensiasi Produk yang telah dilakukan tim PkM pada Ahad, 15 Maret 2026 di rumah salah satu anggota koperasi Bangun Akses Kemandirian Difabel di daerah Ngaglik, Sleman.



**Gambar 1.** Kegiatan Pelatihan Pencatatan Keuangan dan Diferensiasi Produk

#### 4. Monitoring dan Evaluasi Kegiatan

Monitoring dilakukan selama kegiatan berlangsung melalui observasi partisipasi peserta, interaksi diskusi, serta respons peserta terhadap materi yang diberikan. Proses monitoring difokuskan untuk melihat keterlibatan peserta selama pelatihan, tingkat pemahaman awal terhadap materi, serta respons peserta terhadap metode penyampaian yang digunakan. Hasil observasi menunjukkan peserta aktif mengikuti kegiatan dan terlibat dalam diskusi maupun praktik sederhana yang diberikan. Keaktifan tersebut terlihat dari partisipasi peserta dalam menyampaikan pengalaman usaha, mengajukan pertanyaan, serta merespons contoh-contoh kasus yang dibahas selama pelatihan. Selain itu, interaksi yang terjadi selama kegiatan menunjukkan bahwa pendekatan partisipatif yang digunakan mampu mendorong suasana pembelajaran yang lebih interaktif dan mendukung proses pemahaman peserta terhadap materi yang disampaikan.

Evaluasi pasca kegiatan dilakukan menggunakan kuesioner untuk mengukur tingkat pemahaman peserta dan persepsi manfaat kegiatan. Hasil evaluasi menunjukkan mayoritas peserta menyatakan memahami pencatatan keuangan usaha (93,8%), menilai pelatihan bermanfaat bagi usaha mereka (93,4%), dan menyatakan kesiapan untuk mulai melakukan pencatatan keuangan secara rutin (90,6%). Selain itu, seluruh peserta menunjukkan pemahaman yang baik mengenai pentingnya penentuan target pasar dalam pengembangan produk. Hasil tersebut menunjukkan bahwa materi yang diberikan tidak hanya dipahami pada tingkat konseptual, tetapi juga mulai mendorong kesiapan peserta untuk mengimplementasikan sebagian praktik yang diperoleh dalam kegiatan usaha mereka. Pada aspek diferensiasi produk, pemahaman peserta mengenai pentingnya target pasar juga mengindikasikan adanya penguatan wawasan peserta terhadap strategi pengembangan produk yang lebih berorientasi pasar. Ringkasan hasil evaluasi disajikan pada Tabel 1.

**Tabel 1.** Hasil Evaluasi Pelatihan

No	Pernyataan	Sangat Tidak Setuju	Tidak Setuju	Cukup Setuju	Setuju	Sangat Setuju
1	Setelah pelatihan ini, saya paham cara memisahkan uang usaha dan uang pribadi.	3,1%	6,3%	6,3%	31,3%	53,1%
2	Saya memahami cara mencatat pemasukan dan pengeluaran harian usaha saya.	3,1%	6,3%	0%	56,3%	37,5%
3	Saya bisa menghitung laba bersih usaha saya sendiri setelah pelatihan ini.	3,1%	0%	3,1%	59,4%	34,4%

No	Pernyataan	Sangat Tidak Setuju	Tidak Setuju	Cukup Setuju	Setuju	Sangat Setuju
4	Saya memahami apa itu Neraca (harta, utang, dan modal usaha).	0%	0%	6,3%	62,5%	31,3%
5	Pelatihan ini memberikan manfaat nyata untuk pengelolaan keuangan usaha saya.	0%	0%	6,3%	40,3%	53,1%
6	Saya berniat mulai mencatat keuangan usaha secara rutin.	0%	0%	9,4%	50%	40,6%
7	Saya akan mulai memisahkan keuangan usaha dan pribadi.	0%	0%	15,6%	46,9%	37,5%
8	Saya memahami apa yang dimaksud dengan keunikan produk (USP) dalam usaha.	0%	0%	6,3%	53,1%	40,6%
9	Saya memahami bahwa produk yang memiliki ciri khas atau keunikan akan lebih mudah diingat oleh pelanggan.	0%	0%	40,6%	53,1%	53,1%
10	Saya memahami pentingnya menentukan target pasar sebelum memasarkan produk.	0%	0%	0%	50%	50%

Berdasarkan Tabel 1, hasil evaluasi menunjukkan kecenderungan respons positif peserta terhadap materi dan manfaat kegiatan yang diberikan. Tingginya tingkat pemahaman peserta pada aspek pencatatan keuangan maupun diferensiasi produk mengindikasikan bahwa materi pelatihan sesuai dengan kebutuhan mitra dan dapat diterima dengan baik oleh peserta. Hasil ini juga memperkuat bahwa pendekatan partisipatif yang digunakan cukup mendukung proses pemahaman peserta serta berpotensi mendorong penerapan awal hasil pelatihan dalam kegiatan usaha peserta.

## 5. Kendala yang Dihadapi dan Solusi

Selama pelaksanaan kegiatan, kendala yang dihadapi terutama adalah keberagaman tingkat pemahaman peserta terhadap istilah pengelolaan keuangan dan konsep diferensiasi produk, serta keterbatasan waktu pelatihan yang menyebabkan praktik penerapan materi belum dapat dilakukan secara mendalam. Untuk mengatasi hal tersebut, penyampaian materi dilakukan menggunakan contoh-contoh sederhana yang dekat dengan aktivitas usaha peserta serta pendekatan diskusi interaktif untuk

memudahkan pemahaman. Kondisi ini sekaligus menunjukkan perlunya pendampingan lanjutan guna memperkuat implementasi hasil pelatihan, khususnya dalam penerapan pencatatan keuangan dan pengembangan diferensiasi produk pada usaha peserta.

#### **D. SIMPULAN DAN SARAN**

Kegiatan pengabdian ini menunjukkan bahwa tujuan peningkatan kapasitas anggota Koperasi Pemasaran Bank Difabel dalam pengelolaan keuangan usaha dan diferensiasi produk telah tercapai secara awal melalui pendekatan pelatihan partisipatif. Hasil kegiatan menunjukkan adanya peningkatan pemahaman peserta pada aspek pengelolaan keuangan usaha, yang tercermin dari 93,8% peserta memahami pencatatan keuangan usaha, 93,4% menilai pelatihan bermanfaat bagi pengelolaan usaha, dan 90,6% menyatakan kesiapan untuk mulai melakukan pencatatan keuangan secara rutin. Pada aspek diferensiasi produk, seluruh peserta menunjukkan pemahaman yang baik mengenai pentingnya penentuan target pasar dan keunikan produk sebagai bagian dari penguatan daya saing usaha. Capaian tersebut mengindikasikan adanya progres penguatan *soft skills* peserta pada aspek pemahaman manajerial dan wawasan pemasaran, serta *hard skills* awal dalam pencatatan keuangan sederhana dan identifikasi diferensiasi produk. Saran berupa tindakan lanjutan yang perlu dilakukan, bisa dalam bentuk rekomendasi penelitian lanjutan ataupun pengabdian terapan di bidang lain.

Ke depan, diperlukan pendampingan lanjutan untuk memperkuat implementasi hasil pelatihan, khususnya dalam praktik pencatatan keuangan yang lebih konsisten dan pengembangan diferensiasi produk pada usaha peserta. Pengabdian lanjutan dapat diarahkan pada pendampingan berbasis praktik, misalnya penyusunan pencatatan usaha sederhana berbasis SAK EMKM atau penguatan branding dan pemasaran produk anggota koperasi. Selain itu, penelitian atau pengabdian berikutnya dapat mengembangkan evaluasi dampak jangka menengah guna melihat keberlanjutan penerapan hasil pelatihan terhadap perkembangan usaha anggota koperasi.

#### **UCAPAN TERIMA KASIH**

Tim penulis menyampaikan terima kasih kepada Lembaga Penelitian dan Pengabdian kepada Masyarakat (LPPM) Universitas Ahmad Dahlan atas dukungan pendanaan kegiatan ini, serta kepada Koperasi Pemasaran Bank Difabel sebagai mitra yang telah berpartisipasi aktif dalam seluruh rangkaian kegiatan pengabdian.

## DAFTAR RUJUKAN

- Acquaah, M., & Agyapong, A. (2015). The Relationship between Competitive Strategy and Firm Performance in Micro and Small Businesses in Ghana: The Moderating Role of Managerial and Marketing Capabilities. *Africa Journal of Management*, 1(2), 172–193. <https://doi.org/10.1080/23322373.2015.1025684>
- Arinda, S., Lubis, E. E., & Rimayanti, N. (2025). Fashion Branding: Upaya Diferensiasi Produk dan Unique Selling Point Merek Bertjorak. *Jurnal Riset Komunikasi*, 8(1), 188–199.
- Bongomin, G. O. C., Ntayi, J. M., Munene, J. C., & Malinga, C. A. (2017). The Relationship Between Access to Finance and Growth of SMEs in Developing Economies: Financial Literacy as a Moderator. *Review of International Business and Strategy*, 27(4), 520–538. <https://doi.org/10.1108/RIBS-04-2017-0037>
- Chambers, R. (1994). Participatory Rural Appraisal (PRA): Analysis of Experience\*. In *World Development* (Vol. 22, Number 9).
- Desmiyawati, D., Susilatri, S., & Ramaiyanti, S. (2024). Financial Literacy, Technology, Competitive Advantages and Implications to MSMEs Performance. *Jurnal Organisasi Dan Manajemen*, 20(2), 236–251. <https://doi.org/10.33830/jom.v20i2.7671.2024>
- Fardani, E. A., Fu"ad, A., Hasyim, ad, Imaniar, S., Ramadhan, A. D., & Fitriana, N. H. I. (2024). Penguatan Branding UMKM Melalui Sosialisasi Unique Selling Point (USP) pada Pelaku Usaha di Kampung Kue Rungkut Surabaya. *Ihsan: Jurnal Pengabdian Masyarakat*, 6(2), 338–344. <https://doi.org/10.30596/ihsan.v%vi%i.20564>
- Kotler, P., & Keller, K. L. (2016). *Marketing Management (15th ed)*. Pearson.
- Lusardi, A. (2019). Financial Literacy and The Need for Financial Education: Evidence and Implications. *Swiss Journal of Economics and Statistics*, 155(1), 1–8. <https://doi.org/10.1186/s41937-019-0027-5>
- Masdupi, E., Imran, M., & Sintya, R. (2025). Financial Literacy and Sustainability of SMEs: The Mediating and Moderating Effect of Entrepreneurial Financing Choice, Risk-Taking and Social Capital. *Management and Sustainability*, 1–24. <https://doi.org/10.1108/MSAR-01-2025-0003>
- OECD. (2020). *OECD/INFE 2020 International Survey of Adult Financial Literacy*.
- Purwanto, P., Safitri, D. Y., & Pudail, M. (2023). Edukasi Pencatatan Laporan Keuangan Sederhana Bagi Pelaku Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah (UMKM). *As-Sidanah: Jurnal Pengabdian Masyarakat*, 5(1), 1–14. <https://doi.org/10.35316/assidanah.v5i1.1-14>
- Sari, P. N., Oktaria, E. T., Alie, M. S., Isabella, A. A., & Safitri, F. D. (2025). Pelatihan Laporan Keuangan Bagi UMKM Berbasis SAK EMKM Untuk Penguatan Inovasi dan Value Proposition Di Kota Metro Lampung. *Jurnal Pengabdian Masyarakat: Pemberdayaan, Inovasi dan Perubahan* 5(6), 270–275. <https://doi.org/10.59818/jpm.v5i6.2266>
- Satiti, N. R. (2020). Financial Literacy: An Essential In Small Medium Enterprises (SMEs) Performance. *Manajemen Bisnis*, 10(2), 51–61. <https://doi.org/10.22219/jmb.v10i2.14825>
- Sohilauw, M. I., Nohong, M., & Sylvana, A. (2020). The Relationship Between Financial Literacy, Rational Financing Decision, and Financial Performance: An Empirical Study of Small and Medium Enterprises in Makassar. *Jurnal Pengurusan*, 59, 89–102. <https://doi.org/10.17576/pengurusan-2020-59-09>
- Sok, P., O'Cass, A., & Sok, K. M. (2013). Achieving Superior SME Performance: Overarching Role of Marketing, Innovation, and Learning Capabilities. *Australasian Marketing Journal*, 21(3), 161–167. <https://doi.org/10.1016/j.ausmj.2013.04.001>

- Susan, M., Winarto, J., & Gunawan, I. (2023). Financial Literacy of Micro, Small, and Medium Enterprises: Empirical Study During the Pandemic Period. In *International Symposia in Economic Theory and Econometrics* (Vol. 31, pp. 113–122). Emerald Publishing. <https://doi.org/10.1108/S1571-038620230000031014>
- Tuffour, J. K., Amoako, A. A., & Amartey, E. O. (2022). Assessing the Effect of Financial Literacy Among Managers on The Performance of Small-Scale Enterprises. *Global Business Review*, 23(5), 1200–1217. <https://doi.org/10.1177/0972150919899753>
- Utami, E. S., Aprilia, M. R., & Putra, I. C. A. (2021). Financial Literacy of Micro, Small, and Medium Enterprise of Consumption Sector in Probolinggo City. *Jurnal Manajemen Dan Kewirausahaan*, 23(1), 10–17. <https://doi.org/10.9744/jmk.23.1.10-17>
- Ye, J., & Kulathunga, K. M. M. C. B. (2019). How does Financial Literacy Promote Sustainability in SMEs? A Developing Country Perspective. *Sustainability (Switzerland)*, 11(10), 1–21. <https://doi.org/10.3390/su11102990>