



PKM Pelatihan dan Pendampingan Perhitungan Harga Pokok Produksi dan Pengelolaan Keuangan Serta Peningkatan Penjualan Menggunakan *Digital Marketing*

Rahmadani^{1*}, Nurhaflah Soraya², Sondang Beatrix Siahaan³, Muhammad Asrin Jazuli⁴, Tasya Melati Sulaiman⁵, Dara Anisa⁶, Muhammad Fatih Asykarillah Nasution⁷, Ahmad Luthfi Munawar⁸, Muhammad Yuan Aunhanief⁹, Andini Aura Fachrani¹⁰

^{1,5,6,7,8,9,10}Program Studi Keuangan dan Perbankan Syariah, Politeknik Negeri Medan, Indonesia, 20155

²Program Studi Keuangan dan Perbankan, Politeknik Negeri Medan, Indonesia, 20155

³Program Studi Administrasi Bisnis, Politeknik Negeri Medan, Indonesia, 20155

⁴Program Studi Akuntansi Keuangan Publik, Politeknik Negeri Medan, Indonesia, 20155

E-mail:* rahmadani@polmed.ac.id

Doi : <https://doi.org/10.37339/jurpikat.v5i4.2005>

Info Artikel:

Diterima :
2024-09-18

Diperbaiki :
2024-09-19

Disetujui :
2024-09-19

Abstrak: Program pengabdian masyarakat ini bertujuan untuk menyelesaikan masalah mitra terkait peningkatan kemampuan Mitra dalam melakukan perhitungan harga pokok produksi dan laporan keuangan sederhana. Selain itu kegiatan PKM ini juga memberikan produk ke UMKM berupa program sederhana berbasis MS. Excel sehingga memudahkan bagi mitra dalam menyelesaikan permasalahan akuntansinya. Permasalahan lain yang diselesaikan adalah tentang pemanfaatan teknologi, yaitu terkait pemasaran melalui *digital* dengan memanfaatkan sosial media, *marketplace*. PKM ini penting bagi mitra untuk meningkatkan lagi usaha dan pada akhirnya akan mampu meningkatkan penjualan melalui perluasan pangsa pasar dengan menambah pelanggan dengan memanfaatkan *digital marketing*. Luaran yang ditargetkan adalah peningkatan kemampuan mitra sehingga mitra menjadi lebih mandiri dan mampu meningkatkan pengelolaan keuangan terutama dalam menetapkan harga pokok produksi yang sesuai dengan standar dan pada akhirnya meningkatkan penjualan usaha dibarengin

**Kata Kunci: Harga Pokok
Produksi, Pengelolaan
Keuangan, Digital Marketing**

dengan peningkatan *profit* serta meningkatkan kesejahteraan pelaku UMKM.

Abstract: *This community service program aims to solve partner problems related to improving Partners' ability to calculate production costs and simple financial reports. In addition, this PKM activity also provides products to MSMEs in the form of simple programs based on MS. Excel so that it is easier for partners to solve their accounting problems. Another problem that is solved is about the use of technology, namely related to marketing through digital by utilizing social media, marketplaces. This PKM is important for partners to improve their business again and will ultimately be able to increase sales through expanding market share by adding customers by utilizing digital marketing. The targeted output is to improve partner capabilities so that partners become more independent and able to improve financial management, especially in setting production costs that are in accordance with standards and ultimately increasing business sales along with increasing profits and improving the welfare of MSME actors*

**Keywords: Cost of Production,
Financial Management, Digital
Marketing**

Pendahuluan

Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah (UMKM) memiliki arti yang berbeda-beda pada setiap negara. Negara satu dengan yang lainnya memiliki definisi yang bervariasi, tergantung aspek yang dipakai negara tersebut (Partomo & Soejoedono, 2004). Definisi UMKM sedikitnya mencakup 2 aspek yaitu aspek penyerapan tenaga kerja dan aspek pengelompokan perusahaan dilihat dari jumlah tenaga kerja yang diserap pada gugusan perusahaan tersebut. Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah (UMKM) memainkan peran yang sangat penting dalam ekonomi Indonesia. (Karya Bersama Fakultas Ekonomi Universitas Surabaya dan Forum Daerah UKM Jawa Timur, 2007). Sementara itu, industri kreatif adalah sektor yang berfokus pada produksi barang dan jasa dengan memanfaatkan kreativitas, keterampilan, dan bakat individu untuk menciptakan kesejahteraan dan peluang kerja (Departemen Perdagangan RI, 2008).

Sektor Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah (UMKM) telah terbukti efektif dalam menciptakan lapangan kerja, mendorong pertumbuhan ekonomi, dan mempercepat pemerataan pendapatan melalui peluang usaha. Pengembangan UMKM sangat relevan di Indonesia, mengingat struktur ekonomi yang berkembang di negara ini sebagian besar didukung oleh industri kecil dan menengah. (Darma & Ramadhan, 2019).

Saat ini kondisi sektor Usaha Mikro Kecil dan Menengah mulai membaik, setelah dihantam oleh wabah Covid-19 beberapa tahun belakangan. Kegiatan usaha di sektor ini terus mengalami “pemulihan”. Berbagai inovasi terus bermunculan, terutama pemanfaatan atas kemajuan teknologi. Di era distupsi saat ini, era dimana ketidakpastiaan. Untuk menjaga keberlangsungan usaha penting untuk beradaptasi dengan situasi dan kondisi, yaitu pemanfaatan teknologi, era digitalisasi (Sirodjudin, 2023) (Arumsari et al., 2022).Pemanfaatan teknologi menjadi fokus alternatif untuk bertahan di era distrupsi. Bergerak dari permasalahan ini, maka diduga para pelaku UMKM di Kabupaten Serdang Bedagai juga memiliki permasalahan yang sama salah satunya adalah UMKM Industri Kreatif Kp Pelintahan, Kec. Sei Rampah yang berlokasi di Kabupaten Serdang Bedagai dan berjarak ± 70 Km dari Kota Medan.

UMKM Industri Kreatif Kp Pelintahan merupakan UMKM Industri Kreatif yang terletak di Dusun VIII Kp Pelintahan, Desa Sei Rampah, Kecamatan Sei Rampah, Kabupaten Serdang Bedagai, Provinsi Sumatera Utara. Pertama kali UMKM Industri kreatif ini beroperasi pada tahun 1980an dan menghasilkan produk berupa berus ijuk yang dijalankan oleh Pak Semo. Kemudian usaha tersebut diikuti oleh masyarakat sekitar di Dusun VIII Kp Pelintahan hingga terus berkembang sampai dengan sekarang. Mata pencarian masyarakat setempat 80% berasal dari kegiatan usaha industri kreatif ini.



Gambar 1. Survei Awal Ke Lokasi

Usaha Industri Kreatif Kp Pelintahan merupakan industri yang melakukan pengelolaan terhadap ijuk, sabut kelapa, kawat, jaring, lidi, spon, dan tali. Dimana produk yang dihasilkan yaitu produk alat kebersihan rumah tangga seperti berus ijuk, berus sabut, jaring pencuci piring, kawat jemuran, keset kaki, sapu ijuk, sapu lidi, sapu pel, saringan air, tali, dan juga memproduksi panggangan ikan.



Gambar 2. Jenis Produk Industri Kreatif Kp Pelintahan

Adapun hasil produksi pada salah satu UMKM Industri Kreatif per bulannya dapat ditunjukkan pada tabel di bawah ini:

Tabel 1. Produk UMKM Industri Kreatif

No	Nama Produk	Rata-Rata Jumlah Produksi Per Bulan	Harga Jual
1	Berus Ijuk	11.000	2.200
2	Berus Panda	10.000	2.200
3	Ogrok	10.000	1.100

Pangsa pasar untuk produk-produk yang dihasilkan oleh Industri Kreatif Kp Pelintahan awalnya hanya daerah Tebing Tinggi dan sekitaran Medan, tetapi sekarang pangsa pasarnya mencakup daerah Sibolga, Parapat, Nias, dan daerah Sumatera Utara lainnya, selain itu juga sudah meluas hingga keluar provinsi Sumatera Utara, yaitu Aceh, Pekanbaru, Jambi, Padang, Bengkulu, dan Palembang.

Pelaku UMKM Industri Kreatif Kp Pelintahan memperoleh produk melalui 2 cara, yaitu memproduksi barang sendiri melalui pengrajin yang dimiliki dan juga membeli barang yang dihasilkan oleh pengrajin setempat. Dimana nantinya produk kerajinan tersebut dijual kepada *sales* (distributor).

UMKM Industri Kreatif Kp Pelintahan secara keseluruhan memiliki kurang lebih total pengrajin 100 orang. Dimana untuk pengrajin berus sendiri terdapat 8 orang. UMKM Industri Kreatif memiliki pengrajin dan juga *sales* (distributor). Selanjutnya *sales* ini memasarkan produk-produk UMKM tersebut kepada toko/warung.

Hasil wawancara menemukan secara garis besar permasalahan yang dihadapi oleh UMKM Industri Kreatif Kp Pelintahan adalah terkendala pada modal yang terbatas, merek yang tidak dipatenkan, rentan pada kenaikan harga bahan baku, masih lemahnya pemahaman terhadap penyusunan laporan keuangan serta keterbatasan dalam penggunaan teknologi baik untuk pemasaran maupun pelaporan. Seperti misalnya dalam menghitung harga pokok produksi produk, ini masih secara manual dan penentuan harga pokok yang dilakukan masih belum mengkakulasikan secara keseluruhan terkait pembebanan terhadap produk yang dihasilkan. Serta penjualan yang masih secara konvensional, belum menerapkan sistem *digital* berbasis teknologi.

Potensi UMKM Industri Kreatif ini yang sangat besar, untuk itu harus terus didorong beradaptasi dan adaptif terhadap kemajuan teknologi. Mengingat pelaku UMKM Industri Kreatif Kp Pelintahan menopang kebutuhan sehari-harinya melalui kegiatan usaha industri kreatif ini, baik sebagai “toke”, pengrajin, maupun *sales*.

Berdasarkan hasil analisis dari hasil penelitian yang telah dilakukan sebelumnya maka dapat diinformasikan peta kekuatan, kelemahan, peluang, dan ancaman pada UMKM Industri Kreatif Kp Pelintahan dapat dilihat melalui skor pada IFAS (*Internal Factor Analysis Summary*) dan skor EFAS (*External Factor Analysis Summary*) (Rahmadani & Jefriyanto, 2021). Hasil analisis ditunjukkan Tabel 1 dan Tabel 2 di bawah ini:

Tabel 2. *Internal Factor Analysis Summary* (IFAS)

Faktor – faktor Strategis	Bobot	Rating	Skor
<i>Strengths</i>			
1. Memiliki surat izin usaha	0,01	3,5	0,05
2. Jangkaun pasar sangat luas	0,16	4,0	0,64
3. Memiliki tenaga penjualan (<i>sales</i>)	0,25	4,0	1,00
4. Bahan baku mudah diperoleh dan kualitas bahan baku konsisten	0,06	3,8	0,21

5. Lokasi usaha mudah diakses	0,04	3,9	0,14
Subtotal			2,04
<i>Weaknesses</i>			
1. Tidak memiliki merk yang dipatenkan	0,02	1,6	0,04
2. Modal yang terbatas	0,11	3,5	0,39
3. Keterbatasan dalam penggunaan teknologi	0,03	2,1	0,07
4. Harga bahan baku naik	0,23	3,7	0,85
5. Masih kurangnya pemahaman terhadap penerapan laporan keuangan yang sesuai dengan SAK-EMKM	0,09	2,4	0,21
Subtotal			1,55
TOTAL			0,49

Berikut ini rincian EFAS (*External Factor Analysis Summary*) UMKM Industri Kreatif Kp Pelintahan dapat dilihat pada tabel 2.

Tabel 3. *External Factor Analysis Summary* (EFAS)

Faktor – faktor Strategis	Bobot	Rating	Skor
<i>Opportunities</i>			
1. Kemudahan dalam bertransaksi	0,06	3,7	0,23
2. Daya konsumsi masyarakat yang tinggi terhadap kebutuhan alat kebersihan rumah tangga	0,13	4,0	0,53
3. Program bantu pemerintah	0,03	3,2	0,08
4. Mengikuti perkembangan zaman	0,06	3,5	0,22
5. Sistem birokrasi pemerintah yang mudah	0,02	2,4	0,05
Subtotal			1,11
<i>Threats</i>			
1. Secara umum kondisi perekonomian dirasakan sulit ditengah kondisi pandemi Covid-19	0,30	4,0	1,20
2. Tingkat inflasi yang selalu meningkat	0,04	3,0	0,12
3. Sulit mendapatkan pendanaan dari pihak ketiga dengan bunga yang kecil	0,07	3,4	0,22
4. Rawan penipuan	0,26	4,0	1,04
5. Ancaman keamanan	0,03	2,0	0,06
Subtotal			2,65
TOTAL			-1,54

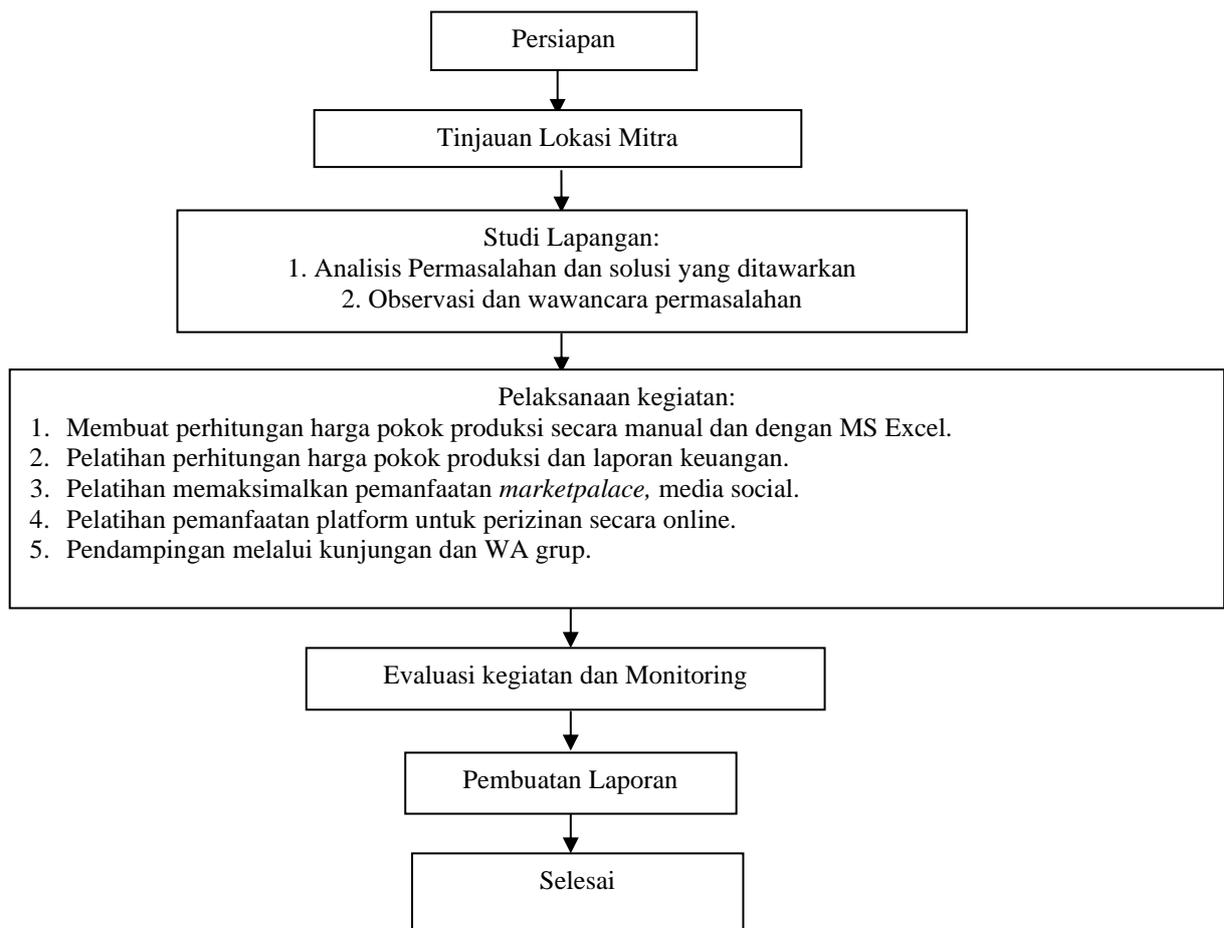
Berdasarkan analisis Tabel 2 dapat dijelaskan bahwa dari lima permasalahan mitra, permasalahan yang relevan untuk diselesaikan pada kegiatan PKM ini dan

menjadi prioritas yaitu masih kurangnya pemahaman terhadap penerapan laporan keuangan yang sesuai dengan SAK-EMKM, termasuk dalam hal ini yaitu perhitungan harga pokok produksi dan pengelolaan keuangan dan keterbatasan dalam penggunaan teknologi, dalam hal ini keterbatasan dalam pemanfaatan teknologi untuk *digital marketing*. Penyelesaian permasalahan mitra juga sejalan dengan rekomendasi dari hasil penelitian yang telah dilakukan sebelumnya. Sejalan dengan (Febrianti & Rahmadani, 2022) menyatakan sehat atau tidaknya suatu perusahaan dapat dilihat dari laporan keuangannya. Menyusun laporan keuangan termasuk menghitung harga pokok produksi merupakan hal yang sangat penting dalam usaha industri (Juli Meliza et al., 2022). Harga pokok produksi dan harga pokok penjualan memiliki pengaruh yang besar terhadap laba yang dihasilkan pada usaha (Satriani & Vijaya Kusuma, 2020).

PKM ini akan memberikan pelatihan dan pendampingan perhitungan harga pokok produksi dan pengelolaan keuangan serta peningkatan penjualan menggunakan *digital marketing* pada UMKM Industri Kreatif Kp Pelintahan. Pelatihan ini diharapkan akan memperbesar margin keuntungan dari penentuan harga pokok produksi yang terstandar, pengelolaan keuangan yang baik, dan peningkatan pangsa pasar yang menjangkau lebih luas lagi. Prioritas penyelesaian Mitra juga sejalan dengan rekomendasi hasil penelitian yang dilakukan (Rahmadani & Jefriyanto, 2021). Pemanfaatan *digital marketing* menjadi tindakan yang tepat untuk memperluas pangsa pasar (Rahmadani et al., 2021) (Utami et al., 2022) (Firmansyah & Angellia, 2022) (Fazra El Ghifari et al., 2024).

Metode

Metode Pelaksanaan kegiatan yaitu berupa pelatihan dengan metode ceramah dan juga praktik langsung yang nantinya dilakukan oleh pelaku UMKM Industri Kreatif Kp Pelintahan, lebih detail dijelaskan berikut ini:



Gambar 3. Metode Pengabdian

Hasil dan Pembahasan

Kegiatan PKM (Pengabdian Kemitraan Masyarakat) ini dilakukan dengan mitra kami yaitu UMKM Industri Kreatif Kp Pelintahan yang terletak di Kabupaten Serdang Bedagai. Sebelumnya kami Tim PKM berdiskusi serta berkoordinasi mengenai apa saja hal-hal yang menjadi permasalahan yang dialami oleh mitra dan alat apa saja yang mendukung untuk kemajuan mitra. Dari koordinasi tersebut Tim PKM pun melakukan pelatihan dan pendampingan perhitungan harga pokok produksi dan pengelolaan keuangan serta peningkatan penjualan menggunakan *digital marketing* pada UMKM Industri Kreatif Kp Pelintahan yang terletak di Kecamatan Sei Rampah, Kabupaten Serdang Bedagai.

Pada tahapan persiapan pelaksanaan kegiatan ini ada beberapa persiapan yang dilakukan, dimulai dengan melakukan koordinasi tim baik secara langsung maupun melalui grup whatsApps dalam penentuan materi yang akan diberikan, selanjutnya berkoordinasi dalam membagi tugas untuk seluruh tim baik dosen dan mahasiswa,

seperti halnya menyiapkan spanduk, plang pengabdian, transport keberangkatan, kebutuhan kit, konsumsi, penyediaan alat produksi. Selain itu juga persiapan yang tidak kalah penting, dilakukan koordinasi melalui whatsApps terkait kesiapan lokasi dan peserta pelatihan. Tidak hanya itu saja Tim PKM juga melakukan penempahan alat-alat produksi sesuai spesifikasi yang nantinya diserahkan kepada mitra. Penambahan alat produksi yang diberikan kepada mitra guna peningkatan jumlah produksi yang nantinya berdampak pada peningkatan penjualan UMKM Industri Kreatif Kp. Pelintahan.

Pada tahap ini telah ditetapkan untuk menyelesaikan permasalahan perhitungan harga pokok produksi dan pengelolaan keuangan sederhana, sehingga pada tahap persiapan sudah disusun materi harga pokok produksi secara sederhana berbasis Ms. Excel serta materi digital marketing untuk pelatihan pemanfaatan digital marketing sebagai sarana pemasaran secara online.

Kegiatan dilaksanakan pada hari Sabtu, tanggal 14 September 2024 bertempat di Kp. Pelintahan, Kecamatan Sei Rampah, Kabupaten Serdang Bedagai Provinsi Sumatera Utara dengan mitra UMKM Industri Kreatif Kp Pelintahan. Pada pelaksanaan telah terkonfirmasi jumlah peserta adalah sebanyak 25 orang, termasuk tim dan mahasiswa.



Gambar 4. Proses Produksi Berus Ijuk

Kegiatan dimulai dengan memperkenalkan anggota tim, diikuti dengan penyampaian materi tentang cara menghitung harga pokok secara manual. Setelah itu, diadakan diskusi mengenai peningkatan penjualan melalui pemasaran *digital*.

Dalam diskusi ini, ditemukan bahwa mitra hanya menjual melalui sales tertentu. Untuk masalah merek dagang, mitra diarahkan untuk memanfaatkan fasilitas dari dinas koperasi dan UKM serta menggunakan *platform digital* selama proses pendampingan.



Gambar 5. Pelaksanaan PKM

Pelaksanaan diakhiri dengan menyerahkan alat bantu produksi untuk berus ijuk maupun berus sabut dan ogrok. Alat yang diberikan berupa alat pemusing berus, alat pemotong ijuk, dan tang. Pemberian alat ini guna menunjang peningkatan produksi melalui penambahan alat produksi dan sebagai wujud dukungan yang diberikan untuk UMKM Industri Kreatif Kp Pelintahan.



Gambar 6. Proses Pelaksanaan PKM

Peningkatan pengetahuan dalam menyusun harga pokok produksi atas produk yang dihasilkan oleh UMKM Industri Kreatif Kp Pelintahan menjadi suatu hal yang urgent yang harus segera diselesaikan. Permasalahan yang dihadapi dalam menghitung HPP produk berus ijuk, berus sabut, dan ogrok menjadi suatu yang vital. Permasalahan perhitungan harga produk berus ijuk disusun dengan memasukkan semua unsur biaya. Seperti permasalahan pada kebanyakan UMKM pada umumnya, yaitu hanya menghitung biaya yang dikeluarkan berupa bahan baku saja. Seperti UMKM Industri Kreatif Kp Pelintahan ini hanya menghitung biaya ijuk, kawat, dan tukang pusing saja. Begitu juga untuk produk berus sabut dan ogrok hanya menghitung biaya sabut, kawat, dan tukang pusing.

Melalui pelatihan yang diberikan Tim PKM telah merumuskan terkait perhitungan harga pokok produksi sesuai standar. Tim PKM merincikan bahwa harga pokok produksi didalamnya termasuk biaya bahan baku, biaya tenaga kerja langsung dan biaya produksi lainnya. Berikut hasil perhitungan harga pokok produksi untuk produk berus ijuk, berus sabut dan ogrok:

	A	B	C	D
1	UMKM Industri Kreatif Dusun VIII			
2	Harga Pokok Produksi			
3	Untuk Berus Ijuk 500 Pcs/ Produksi			
4				
5				
6	Bahan Baku			
7	Ijuk		750.000,00	
8	Kawat		200.000,00	
9	Total Bahan Baku			950.000,00
10	Tenaga Kerja Langsung			
11	Gaji Tukang Potong		50.000,00	
12	Gaji Tukang Pusing		120.000,00	
13	Gaji Tukang Gunting		50.000,00	
14	Total Tenaga Kerja Langsung			220.000,00
15	Biaya Overhead			
16	Biaya Tali Rapia		10.000,00	
17	Biaya Penyusutan Alat Produksi		1.736,11	
18	Biaya Snak Pekerja		20.000,00	
19	Biaya Air dan Listrik		20.000,00	
20	Total Biaya Overhead			51.736,11
21	Jumlah Biaya Produksi			1.221.736,11
22	Total Produksi			500
23	Jumlah Biaya Produksi/ Pcs			2.443,47
24				

Gambar 7. HPP Berus Ijuk

	A	B	C	D
1	UMKM Industri Kreatif Dusun VIII			
2	Harga Pokok Produksi			
3	Untuk Berus Sabut 500 Pcs/ Produksi			
4				
5				
6	Bahan Baku			
7	Sabut		500.000,00	
8	Kawat		175.000,00	
9	Total Bahan Baku			675.000,00
10	Tenaga Kerja Langsung			
11	Gaji Tukang Potong		50.000,00	
12	Gaji Tukang Pusing		120.000,00	
13	Gaji Tukang Gunting		50.000,00	
14	Total Tenaga Kerja Langsung			220.000,00
15	Biaya Overhead			
16	Biaya Tali Rapia		10.000,00	
17	Biaya Penyusutan Alat Produksi		1.736,11	
18	Biaya Snak Pekerja		20.000,00	
19	Biaya Air dan Listrik		20.000,00	
20	Total Biaya Overhead			51.736,11
21	Jumlah Biaya Produksi			946.736,11
22	Total Produksi			500
23	Jumlah Biaya Produksi/ Pcs			1.893,47
24				

Gambar 8. HPP Berus Sabut

	A	B	C	D
1	UMKM Industri Kreatif Dusun VIII			
2	Harga Pokok Produksi			
3	Untuk Ogrok 500 Pcs/ Produksi			
4				
5				
6	Bahan Baku			
7	Sabut		400.000,00	
8	Kawat		275.000,00	
9	Total Bahan Baku			675.000,00
10	Tenaga Kerja Langsung			
11	Gaji Tukang Potong		50.000,00	
12	Gaji Tukang Pusing		120.000,00	
13	Gaji Tukang Gunting		50.000,00	
14	Total Tenaga Kerja Langsung			220.000,00
15	Biaya Overhead			
16	Biaya Tali Rapia		10.000,00	
17	Biaya Penyusutan Alat Produksi		1.736,11	
18	Biaya Snak Pekerja		20.000,00	
19	Biaya Air dan Listrik		20.000,00	
20	Total Biaya Overhead			51.736,11
21	Jumlah Biaya Produksi			946.736,11
22	Total Produksi			500
23	Jumlah Biaya Produksi/ Pcs			1.893,47

Gambar 9. HPP Ogrok

UMKM Industri Kreatif Kp Pelintahan awalnya hanya memanfaatkan *Whatsapp* sebagai media komunikasi dengan *sales*. Melalui pelatihan *digital marketing* yang sudah diberikan saat ini UMKM Industri Kreatif sudah mengenal berbagai media sosial yang dapat dimanfaatkan untuk promosi secara online. Serta memahami tentang *marketplace* dalam pemasaran produk yang dihasilkan dengan pemanfaatan *digital* teknologi.

Disamping itu peningkatan penjualan melalui peningkatan produksi. Adapun alat yang diberikan adalah alat pemusing berus dan alat pemotong ijuk serta tang. Menjadi harapan dengan bertambahnya alat produksi akan menambah total produksi dan meningkatkan jumlah penjualan UMKM Industri Kreatif Kp Pelintahan.

Kesimpulan

UMKM Industri Kreatif sudah mampu menghitung harga pokok produksi secara manual dengan memasukan semua unsur biaya yang terdiri dari biaya bahan baku, biaya tenaga kerja langsung dan biaya overhead. Selain itu telah disusun juga template perhitungan harga pokok produksi berbasis *Microsoft excel*. UMKM Industri

Kreatif Kp Pelintahan sudah mampu memanfaatkan *digital marketing* untuk memasarkan produk yang dihasilkan, guna meningkatkan penjualan. Dimana awalnya pelaku UMKM Industri Kreatif belum sama sekali memanfaatkan teknologi termasuk sosial media. Pelaku UMKM ini hanya fokus mengandalkan *sales* selaku distributor produk yang dihasilkan. Selain itu diberikan juga penjelasan untuk pemahaman terkait penggunaan *marketplace*, *platform online* untuk pengurusan perizinan terkait UMKM. Untuk peningkatan jumlah produksi juga diberikan alat pemusing berus dan alat pemotong ijuk serta tang. Dengan meningkatkan jumlah produksi maka penjualan juga ikut meningkat.

Ucapan Terima Kasih

Terima kasih kami ucapkan kepada seluruh pihak yang sudah mendukung suksesnya kegiatan Pengabdian Kepada Masyarakat (PKM) ini di Kp Pelintahan Kec. Sei Rampah, Kab. Serdang Bedagai. Kepada Politeknik Negeri Medan, khususnya P3M Politeknik Negeri Medan kami mengucapkan terima kasih sebanyak-banyaknya telah membantu mensukseskan kegiatan PKM ini. Terima kasih juga kepada UMKM Industri Kreatif Kp Pelintahan yang telah menerima kami dengan tangan terbuka.

Referensi

- Arumsari, N. R., Lailiyah, N., & Rahayu, T. (2022). Peran Digital Marketing dalam Upaya Pengembangan UMKM Berbasis Teknologi di Kelurahan Plamongsari Semarang. *SEMAR (Jurnal Ilmu Pengetahuan, Teknologi, Dan Seni Bagi Masyarakat)*, 11(1), 92. <https://doi.org/10.20961/semar.v11i1.57610>
- Darma, D. A., & Ramadhan, P. R. (2019). *Monograf Persepsi Usaha Mikro Kecil dan Menengah tentang Akuntansi di Kecamatan Datuk Bandar Tanjung Balai* (N. A. Dharma, Ed.; 1st ed.). Uwais Inspirasi Indonesia. www.penerbituwais.com
- Departemen Perdagangan RI. (2008). *Pengembangan Ekonomi Kreatif Indonesia 2025: Rencana Pengembangan Ekonomi Kreatif Indonesia 2009-2015*. Departemen Perdagangan Republik Indonesia.
- Febrianti, R., & Rahmadani, R. (2022). Analisis Perbandingan Penentuan Harga Pokok Produksi Untuk Menentukan Harga Jual Produk Menggunakan Metode Full Costing Dan Variable Costing. *Jurnal Ilmiah Akuntansi Kesatuan*, 10(1), 47–52. <https://doi.org/10.37641/jiakes.v10i1.1190>

- Firmansyah, B., & Angellia, F. (2022). *Analisis Pengembangan Strategi UMKM Berbasis Digital Untuk Membangun Mental Technopreneur* (Vol. 9, Issue 1). <http://jurnal.mdp.ac.id>
- Karya Bersama Fakultas Ekonomi Universitas Surabaya dan Forum Daerah UKM Jawa Timur. (2007). *Kewirausahaan UKM Pemikiran dan Pengalaman*. Graha Ilmu.
- Luthfia, F. E. G., & Supendi, M. (2024). Penerapan Strategi Digital Marketing Pada Usaha Mikro Kecil Menengah (UMKM) Waken Café. *Jurnal Niara* 16(3), 504–512.
- Partomo, T. S., & Soejoedono, A. R. (2004). *Ekonomi Skala Kecil/Menengah dan Koperasi*. Ghalia Indonesia.
- Rahmadani, R., & Jefriyanto, J. (2021). A Strategy To Promote The Competitiveness Of Micro, Small And Medium Enterprises (Msme) During The Condition Of Covid 19 Pandemics. *Jurnal Akuntansi*, 11(3), 197–208. <https://doi.org/10.33369/j.akuntansi.11.3.197-208>
- Rahmadani, Wardayani, Nurlinda, Nurhayati, Supriyanto, Sugianto, Elsera Siemin Ciamas, & Dewi Anggraini. (2021). Pendampingan UMKM Hebat dengan Inovasi Produk, Pemasaran Digital, dan Pengelolaan Keuangan Pada Usaha Cekeremes di Kecamatan Medan Tuntungan. *JURPIKAT (Jurnal Pengabdian Kepada Masyarakat)*, 2(2), 147–157. <https://doi.org/10.37339/jurpikat.v2i2.637>
- Satriani, D., & Vijaya Kusuma, V. (2020). Perhitungan Harga Pokok Produksi dan Harga Pokok Penjualan Terhadap Laba Penjualan. *Jurnal Ilmiah MEA (Manajemen, Ekonomi, dan Akuntansi)*, 4(2).
- Sirodjudin, M. (2023). *Implementasi Digital Marketing Oleh UMKM Di Indonesia: A Scoping Review*. 2(2).
- Suparmin, Roniwijaya, P., Priyanto, S., & Setiadi, B. R. (2017). Eksplorasi Sub-Sub Sektor Industri Kreatif di Pusat-Pusat Keramaian Kabupaten Kulon Progo. *Studi Pendidikan Teknik Mesin, January*, 712–720.
- Juli Meliza, Nurhayati, Akbar, A., & Rahmadani. (2022). Pendampingan Digitalisasi Keuangan Untuk Penyusunan Harga Pokok Produksi Pelaku Usaha (Mitra) Pengrajin Tapai Singkong. *Jurnal Pengabdian Masyarakat Akademisi*, 1 (1), 42-50.
- Syukri, A. U. & Sunrawali, A. N. (2022). Digital marketing dalam pengembangan usaha mikro, kecil, dan menengah. *Online) KINERJA: Jurnal Ekonomi Dan Manajemen*, 19(1), 170. <https://doi.org/10.29264/jkin.v19i1.10207>