



Pendampingan UMKM Hebat dengan Inovasi Produk, Pemasaran Digital, dan Pengelolaan Keuangan Pada Usaha Cekeremes di Kecamatan Medan Tuntungan

Rahmadani^{1*}, Wardayani², Nurlinda³, Nurhayati⁴, Supriyanto⁵, Sugianto⁶, Elserra Siemin Ciamas⁷, Dewi Anggraini⁸

¹²⁴⁶ Program Studi Manajemen, STIM Sukma Medan, Indonesia, 20219

³ Program Studi Perbankan dan Keuangan, Politeknik Negeri Medan, Indonesia, 20155

⁵ Program Studi Administrasi Bisnis, Politeknik LP3i Medan, Indonesia, 20125

⁷⁸ Program Studi Manajemen Pemasaran, Politeknik Cendana, Indonesia, 20222

Email: *02rahmadani@gmail.com

DOI : <https://doi.org/10.37339/jurpikat.v2i2.637>

Info Artikel:

Diterima :
2021-07-07

Diperbaiki :
2021-07-14

Disetujui :
2021-08-26

Keywords: umkm, inovasi produk, pemasaran digital, pengelolaan keuangan

Abstrak: Kegiatan ini bertujuan untuk mendampingi UMKM mitra yang ada di lingkungan Kelurahan Baru Ladang Bambu Kecamatan Medan Tuntungan Kota Medan agar “naik kelas”. Pengabdian ini dilaksanakan pada bulan Juni 2021 oleh tim pelaksana yakni 4 orang dosen STIM Sukma Medan, 1 orang dosen Politeknik Negeri Medan, 2 orang dosen Politeknik Cendana, dan 1 orang dosen Politeknik LP3i Medan bersama dengan kelompok usaha cekeremes di Medan Tuntungan yang dihadiri sebanyak 9 orang. Materi yang disampaikan pada kegiatan pendampingan ini yaitu inovasi produk, pemasaran berbasis digital, dan pengelolaan keuangan usaha cekeremes. Hasil dari kegiatan pengabdian ini meningkatkan pengalaman dan pengetahuan pelaku usaha cekeremes terkait akan perlunya inovasi produk seperti perbaikan *packaging* dan bentuk agar semua kalangan dapat menikmati cekeremes, dengan begitu berdampak positif pada peningkatan pendapatan. Penerapan *digital marketing* dapat memperluas pangsa pasar. Kemudian pelaku usaha cekeremes telah mampu menghitung Harga Pokok Produksi secara mandiri.

Abstrac: This activity aims to assist partner MSMEs in the Baru Ladang Bambu Village, Medan Tuntungan, Medan City to “grade up”. This service was carried out in June 2021 by the implementing team, namely 4 STIM Sukma Medan lecturers, 1

Keywords: *msme, product innovation, digital marketing, financial management*

Medan State Polytechnic lecturer, 2 Cendana Polytechnic lecturers, and 1 Medan LP3i Polytechnic lecturer together with the Cekeremes business group in Medan Tuntungan which was attended by 9 person. The materials presented in this mentoring activity were product innovation, digital-based marketing, and financial management of the Cekeremes business. The results of this service activity increase the experience and knowledge of Cekeremes business actors regarding the need for product innovations such as improving packaging and shapes so that all people can enjoy Cekeremes, thereby having a positive impact on increasing income. The application of digital marketing can expand market share and then has been able to calculate the Cost of Production independently.

Pendahuluan

Pemberdayaan Usaha Mikro Kecil dan Menengah (UMKM) sudah saatnya diprioritaskan. UMKM merupakan kelompok usaha yang sampai saat ini terus dapat bertahan. UMKM memiliki kontribusi besar terhadap perekonomian Indonesia, terutama dalam hal menyerap tenaga kerja. Pada tahun 2019 berdasarkan data Kementerian Koperasi dan Usaha Kecil dan Menengah Indonesia, jumlah unit usaha UMKM 99,9% dari total unit usaha atau 65,4 juta unit. UMKM mampu menyerap 96,92% dari total penyerapan tenaga kerja, 89,04% di antaranya ada di sektor mikro, 4,81% sektor usaha kecil, 3,07% sektor usaha menengah (Kemenkop dan UMKM, 2019).

UMKM berdasarkan (UU No 20, 2008) tentang Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah (UMKM), Usaha Mikro merupakan usaha produktif milik orang perorangan dan/atau badan usaha. Selanjutnya Usaha Kecil merupakan usaha ekonomi produktif yang berdiri sendiri yang dilakukan oleh orang perorangan atau badan usaha yang bukan merupakan anak perusahaan atau bukan cabang perusahaan yang dimiliki, dikuasai, atau menjadi bagian baik langsung maupun tidak langsung dari Usaha Menengah atau Usaha Besar. Sedangkan Usaha Menengah merupakan usaha ekonomi produktif yang berdiri sendiri, yang dilakukan oleh orang perorangan atau badan usaha yang bukan merupakan anak perusahaan atau cabang perusahaan yang dimiliki, dikuasai, atau menjadi bagian baik langsung maupun tidak langsung dari Usaha Kecil atau Usaha Besar.

Fenomena kemajuan Teknologi Informasi (TI) saat ini telah mampu mengeser tatanan perekonomian yang ada sebelumnya. Perlahan-perlahan kegiatan ekonomi yang awalnya dilakukan secara konvensional (*offline marketing*) bergeser ke arah digitalisasi (digitalisasi marketing). Kegiatan ekonomi perdagangan telah mulai bergeser melakukan transaksi secara digital, dengan menggunakan *e-commerce*

maupun *platform* digital lainnya. (Febriyantoro & Arisandi, 2018) *Digital marketing* atau pemasaran digital merupakan pemanfaatan teknologi untuk melakukan pemasaran secara digital. (Wibowo & Haryokusumo, 2020) (Abidin Achmad et al., 2020) (Nurlinda et al., 2020) mengemukakan adanya pengaruh positif atas pemanfaatan aplikasi berbasis digital (*digital marketing*) terhadap kinerja keuangan sehingga meningkatkan pendapatan.

Era industri 4.0 saat ini harus dimanfaatkan betul oleh semua sektor, termasuk UMKM. UKM dapat menjadikan trend digital marketing sebagai peluang dalam menyambut era industri 4.0 (Irfani, Yeni, & Wahyuni, 2020). Di era industri 4.0 menjadikan kegiatan bisnis lebih kompetitif. Potensi besar yang dimiliki UMKM perlu perhatian khusus dan pendampingan serta pemberdayaan yang lebih intens lagi. Tujuannya agar UMKM ini dapat berkembang dengan baik sehingga “naik kelas”.

PSAK No.1 (Revisi 2009) paragraph 9 menyatakan laporan keuangan merupakan suatu penyajian terstruktur dari posisi keuangan dan kinerja keuangan suatu entitas (Waluyo, 2014). Besar ataupun kecil suatu usaha diharapkan menyusun laporan keuangan. Tujuan disusunnya laporan keuangan yaitu agar memudahkan pihak-pihak berkepentingan melakukan analisis terhadap entitas. Masih terdapat banyak UMKM yang belum menerapkan pencatatan akuntansi yang sesuai dengan standar, sesuai dengan penelitian (Mulyani, Nurhayaty, & Miharja, 2019), (Savitri & Saifudin, 2018).

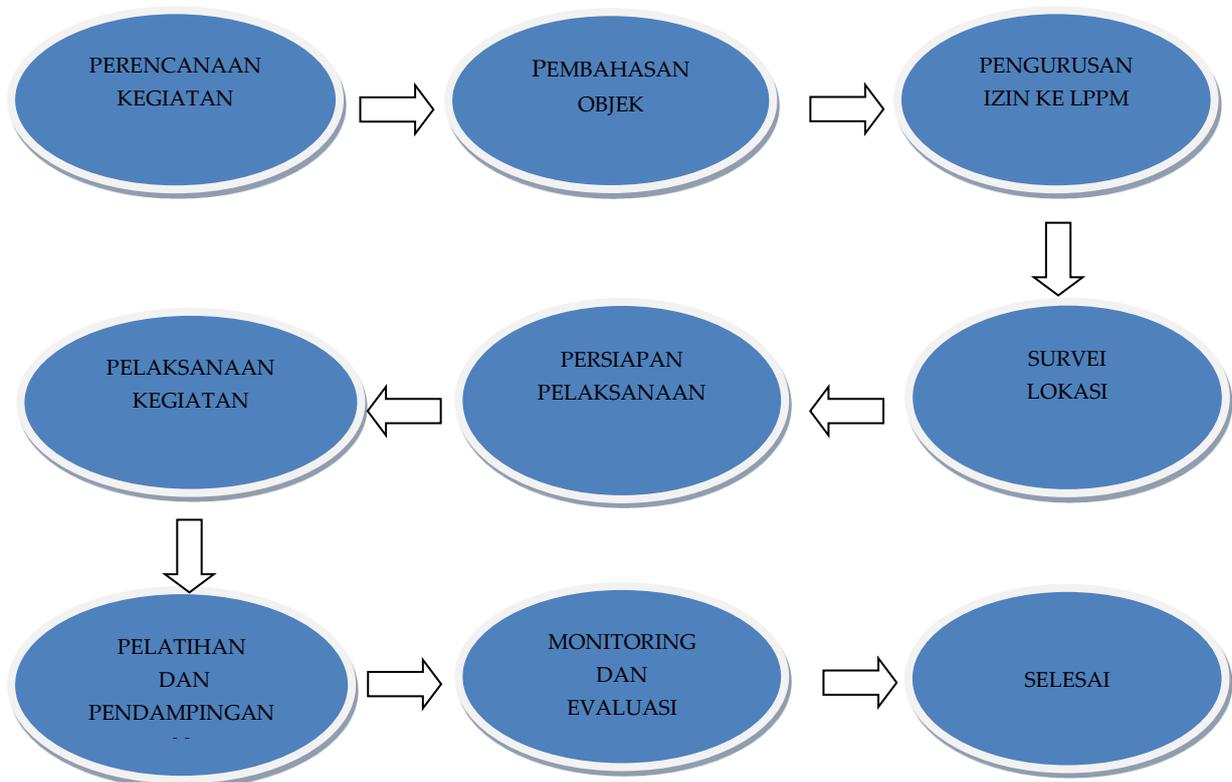
Masih terdapatnya banyak celah-celah kelemahan pada usaha lokal, seperti dari segi *packaging* produk yang masih perlu di *update* dengan kemasan-kemasan yang kekinian serta efisien dan efektif. (Muslih, Etica, Rosanti, Hastuti, & Mubarok, 2020) *Packaging* yang tidak inovatif menyebabkan tidak adanya nilai tambah produk atau tidak *appealing* jika dipasarkan untuk konsumsi kelas menengah ke atas. Inovasi sangat perlu dilakukan, sejalan dengan hasil penelitian (Dahlan, 2017) terdapat hubungan positif signifikan antara inovasi dan perubahan lingkungan serta kinerja UMKM. Dari sisi pemasaran juga masih secara konvensional (*offline marketing*), perlunya pendampingan untuk memanfaatkan kemajuan teknologi informasi dengan menggunakan digital marketing. Selain itu pencatatan akuntansi UMKM juga belum dilakukan dengan baik yang sesuai dengan standar yang berlaku.

Berdasarkan hasil survei sebelumnya, kondisi UMKM seperti yang dijelaskan di atas, juga dialami oleh Usaha Cekeremes Medan Tuntungan. Terkait hal tersebut, kami melakukan pendampingan dalam konteks pengabdian dengan tema

“Pendampingan UMKM Hebat dengan Inovasi Produk, Pemasaran Digital, dan Pengelolaan Keuangan Pada Usaha Cekeremes di Kecamatan Medan Tuntungan”.

Metode

Kegiatan ini dilaksanakan pada Usaha Cekeremes yang terletak di Kelurahan Baru Ladang Bambu Kecamatan Medan Tuntungan Kota Medan. Kegiatan pengabdian ini merupakan bagian dari implementasi MoU STIM Sukma dengan Politeknik Cendana dan Politeknik LP3i Medan. Selain itu kegiatan ini dilaksanakan oleh dosen dari STIM Sukma Medan sebanyak 4 orang dosen, 1 orang dosen Politeknik Negeri Medan, 2 orang dosen Politeknik Cendana, dan 1 orang dosen Politeknik LP3i Medan bersama dengan kelompok usaha cekeremes di Medan Tuntungan yang dihadiri sebanyak 9 orang. Metode yang digunakan yaitu berupa *sharing knowledge* dan pelatihan-pelatihan mengenai inovasi produk, *digital marketing* dan pengelolaan keuangan pada usaha. Pelaksanaan kegiatan terdiri atas tahapan: perencanaan kegiatan, pada tahap ini tim pelaksana melakukan penyusunan rancangan kegiatan, yakni berkoordinasi mengenai kesepakatan waktu pelaksanaan kegiatan antara pihak dosen dengan kelompok usaha cekeremes, serta menyiapkan materi pelatihan. Tahap selanjutnya pelaksanaan kegiatan, monitoring dan evaluasi, serta menyusun laporan kegiatan.



Gambar 1. Siklus Kegiatan Pelaksanaan Pengabdian

Hasil dan Pembahasan

Usaha Cekeremes merupakan UMKM yang terletak di daerah Medan Tuntungan, yang merupakan hasil dari pemekaran guna perluasan Kotamadya Medan yang sebelumnya bagian dari Kecamatan Pancur Batu Kabupaten Deli Serdang. Medan tuntungan ini terkenal dengan daerah penghasil makanan tape. Selain tape, juga terdapat usaha cekeremes. Makanan ringan lezat yang berbahan dasar ubi dan gula merah.



Gambar 2. Kegiatan Pendampingan

Adapun batas-batas wilayah Kelurahan Baru Ladang Bambu Kecamatan Medan Tuntungan Kota Medan, yakni:

- | | |
|-----------------|--|
| Sebelah Utara | : Berbatas dengan Kelurahan Namo Gajah |
| Sebelah Selatan | : Berbatas dengan Desa Baru Pancur Batu |
| Sebelah Timur | : Berbatas dengan Desa Baru Pancur Batu |
| Sebelah Barat | : Berbatas dengan Desa Durin Jangak Kec. Pancur Batu |

Pelaksanaan kegiatan pengabdian kepada masyarakat ini yakni, tahap awal tim pelaksana melakukan perencanaan kegiatan. Tahapan ini melakukan koordinasi dengan mitra mengenai kesepakatan waktu kegiatan, melakukan survei awal sehingga ditemukan informasi mengenai kondisi usaha mitra. Selanjutnya tim pelaksana melakukan kegiatan pengabdian kepada masyarakat kepada mitra usaha di Kelurahan Baru Ladang Bambu Kecamatan Medan Tuntungan dengan melakukan kunjungan langsung ke lokasi usaha. Kemudian tim pelaksana melakukan *sharing*

knowledge materi inovasi produk, pemasaran digital, dan pengelolaan keuangan. Dimana tim pelaksana menjelaskan teori-teori yang terkait di sertai dengan contoh-contoh yang dipresentasikan dengan *infocus*, sehingga mitra usaha dapat mudah memahami setiap materi yang disampaikan. Kemudian diselingi dengan tanya jawab dan dilanjutkan dengan praktik pengelolaan keuangan usaha cekeremes Kelurahan Baru Ladang Bambu Kecamatan Medan Tuntungan.

Hasil kegiatan pengabdian tersebut membuka kesadaran pihak mitra usaha akan pentingnya melakukan inovasi produk, pemasaran berbasis digital yang sudah dilakukan melalui media sosial, dan pendampingan yang dilakukan kepada mitra usaha dalam menghitung harga pokok produksi cekeremes. Sehingga, sekarang mitra usaha sudah mengetahui dan mampu menghitung harga pokok produksi per buah untuk produk cekeremes secara mandiri. Dengan begitu mitra usaha dapat menentukan harga kompetitif. Sehingga nantinya dapat bersaing dipasaran dan meningkatkan penjualan.

Pengembangan potensi lokal sangat tepat digunakan dengan metode pendampingan dan pelatihan. Materi yang disampaikan pada *sharing knowledge* oleh tim pelaksana yaitu mengenai inovasi produk, pemasaran digital, dan pengelolaan keuangan. Produk cekeremes yang diproduksi rasanya lezat tetapi bentuknya masih belum menjual, dengan bentuk cekeremes yang terlalu besar sehingga sedikit menyulitkan untuk menikmatinya. Penikmat cekeremes tetap mempertahankan etikanya daripada kecintaannya terhadap cekeremes jika harus memakannya di tempat umum. Adapun bentuk cekeremes dapat dilihat pada gambar 3 berikut.



Gambar 3. Produk Cekeremes

Hal tersebut menarik untuk dievaluasi lagi terkait bentuk cekeremes. Melalui pelatihan ini, tim pelaksana menyarankan agar pemilik usaha melakukan inovasi, dengan mengecilkan ukuran cekeremes serta membuat inovasi bentuk, misalnya menggunakan bentuk karakter unik sehingga semakin menarik konsumen. Terkait bentuk cekeremes yang terlalu besar, ternyata mitra usaha terkendala tidak mempunyai cetakan cekeremes ukuran kecil dan dipasaran juga tidak ditemukan. Permasalahan tersebut tim pelaksana pecahkan dengan memberikan solusi agar cetakan cekeremes ditempa. Dengan begitu ukuran cetakan sesuai dengan yang diinginkan. Ukuran cekeremes yang kecil dengan isi kemasan menjadi lebih banyak juga dapat dijadikan daya tarik untuk konsumen. Sebelumnya cekeremes 1 kemasan isi 8 buah dengan ukuran besar. Dari segi kemasan juga perlu sentuhan inovasi lagi. Memanfaatkan berbagai mika yang tersedia serta dikombinasi dengan kemajuan teknologi. Dengan begitu kemasan cekeremes lebih menarik, kekinian dan pastinya akan meningkatkan pendapatan. Sehingga dapat dijadikan pilihan untuk oleh-oleh maupun hadiah.



Gambar 4. Kegiatan Pendampingan

Usaha cekeremes Kelurahan Baru Ladang Bambu belum memanfaatkan sistem digital untuk pemasaran produk cekeremes. Penjualan yang dilakukan masih berbasis konvensional (*offline marketing*). Pelatihan dan pendampingan yang dilakukan tim pelaksana kepada mitra usaha cekeremes juga menyampaikan materi pemasaran digital. Kedepannya pendampingan ini terus berlanjut untuk membantu usaha cekeremes memasarkan produknya secara online. Sejalan dengan penelitian

(Nurlinda & Fathimah, 2019) pemanfaatan *e-commerce* dapat meningkatkan kinerja UMKM, yang berdampak positif terhadap peningkatan laba.

Adapun materi selanjutnya yang disampaikan oleh tim pelaksana yaitu terkait pengelolaan keuangan. Pentingnya menyusun harga pokok produksi dan laporan keuangan perlu diketahui lebih mendalam oleh kelompok usaha cekeremes. Sehat atau tidaknya suatu usaha dapat dilihat berdasarkan laporan keuangan. Kesuksesan sebuah bisnis dapat diukur dengan laporan keuangan (Jefriyanto, Rabi Ahir, Elisa Indrianti, & Rizky Hidayatullah, 2021). Maka dari itu pemahaman-pemahaman mendasar mengenai pentingnya pencatatan dan penyusunan laporan keuangan perlu disampaikan. Usaha cekeremes sebelumnya tidak melakukan perhitungan harga pokok produksi maupun laporan keuangan yang sesuai dengan standar berlaku. Pada kegiatan tersebut, tim pelaksana juga melakukan pendampingan pelatihan penyusunan harga pokok produksi cekeremes. Sehingga saat ini mitra usaha sudah mampu menyusun harga pokok produksi dan berdasarkan kegiatan pendampingan tersebut, mitra usaha sudah mengetahui berapa harga pokok produksi cekeremes per satuannya. Hal ini bermanfaat bagi mitra usaha dalam menentukan harga kompetitif. Sehingga dapat bersaing dipasaran dan dapat meningkatkan pendapatan. Kedepannya mitra usaha sudah mampu menghitung harga pokok produksi secara mandiri.



Gambar 5. Kegiatan Pendampingan

Kesimpulan

Pelaksanaan kegiatan pengabdian masyarakat ini berjalan dengan lancar dan sangat membantu masalah mitra serta meningkatkan pemahaman atas inovasi produk, pemasaran digital, dan pengelolaan keuangan usaha cekeremes Kelurahan Baru Ladang Bambu Kecamatan Medan Tuntungan Kota Medan. Sehingga pemahaman akan pentingnya inovasi produk, pemasaran berbasis digital, dan pengelolaan keuangan dapat diterapkan dengan baik oleh pelaku usaha cekeremes tersebut pada usahanya. Dari kegiatan ini pelaku usaha cekeremes telah menemukan solusi permasalahan yang ada sebelumnya serta telah mampu menghitung Harga Pokok Produksi (HPP). Kegiatan pendampingan pelatihan ini berkelanjutan, dengan begitu dapat mempercepat para kelompok usaha mitra untuk “naik kelas”. Usaha mitra yang “naik kelas” berkontribusi positif terhadap perkembangan perekonomian yang dimulai dari sejahteranya ekonomi keluarga hingga meningkatkan pendapatan negara.

Ucapan Terima Kasih

Kami mengucapkan terima kasih sebesar-besarnya kepada pihak-pihak yang telah mendukung suksesnya kegiatan pengabdian kepada masyarakat ini di Kelurahan Baru Ladang Bambu Kecamatan Medan Tuntungan Kota Medan. Kepada pihak LPPM STIM Sukma Medan terima kasih telah membantu mensukseskan kegiatan pengabdian ini. Terima kasih juga kepada pelaku usaha cekeremes Kelurahan Baru Ladang Bambu Kecamatan Medan Tuntungan yang telah menjadi mitra STIM Sukma Medan, yang dengan tangan terbuka menerima kami.

Referensi

- Abidin Achmad, Z., Zendo Azhari, T., Naufal Esfandiar, W., Nuryaningrum, N., Farah Dhilah Syifana, A., & Cahyaningrum, I. (2020). Pemanfaatan Media Sosial dalam Pemasaran Produk UMKM di Kelurahan Sidokumpul, Kabupaten Gresik. *Jurnal Ilmu Komunikasi*, 10(1), 17–31. <https://doi.org/10.15642/jik.2020.10.1.17-31>
- Dahlan, M. (2017). Peran Pengabdian Pada Masyarakat Dalam Pemberdayaan Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah (UMKM). *Jurnal Pengabdian Kepada Masyarakat*, 1(2), 81–86. Retrieved from <http://jurnal.unpad.ac.id/pkm/article/view/16612/7949>
- Febriyantoro, M. T., & Arisandi, D. (2018). Pemanfaatan Digital Marketing Bagi Usaha

- Mikro, Kecil Dan Menengah Pada Era Masyarakat Ekonomi Asean. *JMD: Jurnal Riset Manajemen & Bisnis Dewantara*, 1(2), 61–76. <https://doi.org/10.26533/jmd.v1i2.175>
- Irfani, H., Yeni, F., & Wahyuni, R. (2020). Pemanfaatan Digital Marketing Sebagai Strategi Pemasaran Pada Ukm Dalam Menghadapi. *JCES (Journal of Character Education Society)*, 3(3), 651–659.
- Jefriyanto, Rabi Ahir, Elisa Indrianti, & Rizky Hidayatullah. (2021). Pendampingan Penyusunan Laporan Keuangan Pada Usaha Rumah Kos Di Kelurahan Tangkerang Barat Kecamatan Marpoyan Damai Pekanbaru. *JURPIKAT (Jurnal Pengabdian Kepada Masyarakat)*, 2(1), 53–59. <https://doi.org/10.37339/jurpikat.v2i1.464>
- Kemenkop dan UMKM. (2019). Tabel 1 Perkembangan Data Usaha Mikro, Kecil, Menengah (UMKM) dan Usaha Besar (UB). 2018–2019.
- Mulyani, A. S., Nurhayaty, E., & Miharja, K. (2019). Penerapan Pencatatan dan Laporan Akuntansi Pada Usaha Mikro Kecil Dan Menengah (UMKM). *Jurnal Abdimas BSI: Jurnal Pengabdian Kepada Masyarakat*, 2(2), 219–226. <https://doi.org/10.31294/jabdimas.v2i2.5818>
- Muslih, M., Etica, U., Rosanti, E., Hastuti, E. W., & Mubarok, W. (2020). Pengembangan Sentra Produksi Kemasan Berbasis Anyaman Bambu Melalui Pemberdayaan Karang Taruna dan PKK untuk Peningkatan Ekonomi Masyarakat di Desa Mojorejo Kecamatan Jetis Kabupaten Ponorogo. *Engagement: Jurnal Pengabdian Kepada Masyarakat*, 4(2), 343–362. <https://doi.org/10.29062/engagement.v4i2.222>
- Nurlinda, & Fathimah, V. (2019). Determinan Adopsi E-Commerce Dan Dampaknya Pada Kinerja Usaha Mikro Kecil Menengah (Ukm). *Jurnal Riset Akuntansi Dan Keuangan*, 7(3), 445–464. <https://doi.org/10.17509/jrak.v7i3.18105>
- Nurlinda, N., Napitupulu, I., Wardayani, W., Azlina, A., Andina, A., Ulfah, A., & Supriyanto, S. (2020). Can E-Commerce Adoption Improve SME's Performance? (Case Studies on Micro, Small and Medium Enterprises with Gojek Services in Indonesia). <https://doi.org/10.4108/eai.11-12-2019.2290850>
- Savitri, R. V., & Saifudin, . . (2018). Pencatatan Akuntansi Pada Usaha Mikro Kecil Dan Menengah (Studi Pada Ukm Mr. Pelangi Semarang). *JMBI UNSRAT (Jurnal Ilmiah Manajemen Bisnis Dan Inovasi Universitas Sam Ratulangi)*, 5(2), 117–125. <https://doi.org/10.35794/jmbi.v5i2.20808>
- UU No 20. (2008). Undang-Undang Republik Indonesia Nomor 20 Tahun 2008

Tentang Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah.

Waluyo. (2014). Akuntansi Pajak. Jakarta: Salemba Empat.

Wibowo, B. S., & Haryokusumo, D. (2020). Peluang Revolusi Industri 4.0 Bidang Pemasaran: Pemanfaatan Aplikasi E-commerce, Sosial Media Instagram dan Digital Marketing terhadap keputusan Instant Online Buying Konsumen Generasi Millenial. *Capital: Jurnal Ekonomi Dan Manajemen*, 3(2), 86. <https://doi.org/10.25273/capital.v3i2.6077>