

Peningkatan Produktivitas UMKM Kalle Dessert Melalui Pendampingan Digital Marketing, Manajemen Keuangan, dan Keamanan Pangan

Veronika Vestine¹, Gandu Eko Julianto Suyoso², Erna Selviyanti³, Bakhtiyar Hadi Prakoso⁴, Muhammad Yunus⁵

^{1,2,3,4,5}Politeknik Negeri Jember

*Correspondence author: veronikavestine@polije.ac.id

Abstrak

UMKM Kalle Dessert merupakan salah satu usaha mikro di bidang kuliner di Kabupaten Jember yang memproduksi varian kudapan seperti pentol kriwul, lidah kucing, brownies crispy, dan cilok kriwul. Meskipun memiliki penjualan yang stabil, mitra masih menghadapi tantangan utama, yaitu pemasaran digital yang terbatas, manajemen keuangan yang belum terstruktur, serta belum diterapkannya standar higiene dan keamanan pangan secara optimal. Program pengabdian kepada masyarakat ini bertujuan untuk meningkatkan produktivitas dan daya saing mitra melalui tiga intervensi utama: (1) pendampingan dan implementasi digital marketing berbasis website dan media sosial, (2) pelatihan manajemen keuangan dasar berbasis aplikasi, dan (3) penyuluhan serta penerapan SOP higiene dan keamanan pangan. Metode pelaksanaan meliputi observasi dan identifikasi masalah, perencanaan, pelaksanaan kegiatan, serta evaluasi program. Sasaran pada 1 mitra UMKM yakni owner dan karyawan total 4 orang. Hasil dari kegiatan ini menunjukkan perubahan pada pemahaman dan keterampilan mitra. Mitra kini memiliki website profil dan pemesanan mandiri (kalledessert.com), menerapkan sanitasi serta Alat Pelindung Diri (APD) food-grade saat produksi dan penjualan, serta memiliki pemahaman yang lebih baik terkait pencatatan keuangan usaha.

Kata Kunci: digital marketing, keamanan pangan, manajemen keuangan, produktivitas, UMKM

Abstract

Kalle Dessert MSME is a micro-enterprise in the culinary sector in Jember Regency that produces snack variants such as pentol kriwul, lidah kucing, crispy brownies, and cilok kriwul. Despite having stable sales, partners still face major challenges, namely limited digital marketing, unstructured financial management, and the lack of optimal implementation of hygiene and food safety standards. This community service program aims to increase partner productivity and competitiveness through three main interventions: (1) mentoring and implementation of website and social media-based digital marketing, (2) application-based basic financial management training, and (3) counseling and implementation of hygiene and food safety SOPs. The implementation method includes observation and problem identification, planning, activity implementation, and program evaluation. The target for 1 MSME partner is the owner and a total of 4 employees. The results of this activity show changes in the partners' understanding and skills. Partners now have a profile website and independent ordering (kalledessert.com), implement sanitation and food-grade Personal Protective Equipment (PPE) during production and sales, and have a better understanding of business financial records.

Keywords : community, digital marketing, financial management, food safety, productivity

I. PENDAHULUAN

Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah (UMKM) memegang peranan strategis dalam perekonomian nasional di Indonesia. UMKM berkontribusi sebesar 61,07% terhadap Produk Domestik Bruto (PDB) serta mampu menyerap hingga 97% tenaga kerja (Junaidi, 2025). Kendati demikian, sebagian besar pelaku UMKM masih menghadapi berbagai permasalahan klasik, khususnya terkait keterbatasan akses pasar, kurangnya pemanfaatan teknologi digital, serta pengelolaan keuangan yang belum terstruktur (Rachmawati, 2020; Sofyan, 2017).

Di Kabupaten Jember, Jawa Timur, sektor kuliner menjadi salah satu penopang utama ekonomi daerah. UMKM di Jember sebagian besar bergerak di bidang makanan dan minuman, kerajinan tangan, serta layanan jasa (Yuwana, 2020). Salah satu pelaku usaha potensial di wilayah ini adalah UMKM Kalle Dessert

yang berlokasi di Kecamatan Summersari, Jember. UMKM ini memproduksi dan menjual olahan kuliner seperti pentol kriwul, lidah kucing, brownies crispy, cilok kriwul, dan ayam mutasi. Pemasaran produk sejauh ini masih mengandalkan penjualan konvensional di rumah, keikutsertaan pada bazaar, penjualan di Car Free Day (CFD), serta pemesanan via WhatsApp.

Berdasarkan analisis situasi dan wawancara mendalam bersama pemilik UMKM Kalle Dessert, ditemukan tiga permasalahan mendasar:

1. Pemasaran Digital yang Belum Optimal: Promosi media sosial (seperti Instagram dan TikTok) belum dikelola secara berkala, serta belum memiliki platform katalog digital resmi untuk menjangkau pasar yang lebih luas (Veranita and Yusuf, 2022).
2. Manajemen Keuangan Sederhana: Pencatatan arus kas harian dan perhitungan Harga Pokok Penjualan (HPP) masih dilakukan secara manual pada buku catatan, sehingga menyulitkan evaluasi profitabilitas usaha secara real-time.
3. Standar Keamanan Pangan & Higiene: Konsistensi penggunaan Alat Pelindung Diri (APD) seperti sarung tangan, penutup kepala, dan apron belum sepenuhnya terstandarisasi, serta belum ada kelengkapan informasi label kedaluwarsa dan komposisi pada kemasan (Yuniarti, 2023).

Oleh karena itu, tujuan kegiatan pengabdian kepada masyarakat ini dilaksanakan untuk memberikan solusi komprehensif melalui pendampingan digital marketing, pelatihan manajemen keuangan, serta standarisasi keamanan pangan guna meningkatkan produktivitas dan keberlanjutan bisnis mitra.

II. METODE

Kegiatan pengabdian masyarakat ini dilaksanakan dari bulan Mei hingga November 2025 pada satu mitra UMKM dengan melibatkan tim dosen lintas disiplin ilmu (Kesehatan, Teknik Informatika, dan Sistem Informasi) serta mahasiswa. Mitra sasaran adalah *owner* dan karyawan UMKM Kalle Dessert sejumlah 4 orang. Tahapan pelaksanaan program dibagi menjadi empat fase utama yang terstruktur sebagai berikut:

1. Observasi dan Identifikasi Masalah: Melakukan observasi lapangan ke tempat produksi dan stand penjualan CFD, wawancara dengan pemilik usaha, serta pengumpulan data cash flow dan skema pemasaran awal.
2. Perencanaan dan Perancangan Metode: Menyusun modul pelatihan digital marketing, template keuangan, materi penyuluhan higiene pangan, serta merancang arsitektur website profil UMKM (kalledessert.com).
3. Pelaksanaan Kegiatan:
 - a) Pelatihan Digital Marketing: Pendampingan pengelolaan media sosial (Instagram, TikTok, WhatsApp Business) dan pemanfaatan website.
 - b) Pelatihan Manajemen Keuangan: Edukasi pemisahan keuangan pribadi dan usaha serta pengenalan aplikasi pencatatan keuangan (seperti SIAPIK Bank Indonesia).
 - c) Penyuluhan Keamanan Pangan & Penerapan SOP: Pelatihan Good Manufacturing Practice (GMP), penyerahan perlengkapan higiene (masker, sarung tangan, penutup kepala, apron, dan penjepit silikon food-grade), serta penyusunan SOP kebersihan.
4. Evaluasi dan Keberlanjutan: Evaluasi langsung saat mitra berjualan di CFD Argopuro Jember untuk menilai penerapan higiene, efektivitas promosi media sosial, serta kendala pencatatan keuangan. Evaluasi dilakukan baik secara observasi langsung dengan mengisi Check List peningkatan penerapan higiene dan penerapan digital marketing.

III. HASIL DAN PEMBAHASAN

3.1. Pelaksanaan Digital Marketing & Pengembangan Website

Dalam rangka memperluas jangkauan pasar, tim pengabdian merancang dan membangun website resmi **kalledessert.com**. Website ini dilengkapi dengan halaman Beranda, Tentang Kami, Katalog Produk, dan Kontak yang terintegrasi langsung dengan pemesanan via WhatsApp. Selain itu, disediakan fitur *Admin Panel* untuk memudahkan pemilik dalam mengelola banner promosi dan menambahkan menu produk baru. Selain website, dilakukan pendampingan pembuatan konten kreatif (*content marketing*), pendaftaran linktree promosi, serta pengaktifan kembali fitur penjualan *Live TikTok* saat operasional akhir pekan. Jika pemasaran kurang baik, suatu bisnis bisa kalah bersaing bahkan gulung tikar hingga tutup karena kurangnya laba dan penjualan (Veranita, 2022).

3.2. Pelatihan Manajemen Keuangan

Pada sesi manajemen keuangan, mitra dibekali pemahaman mengenai pentingnya memisahkan uang pribadi dengan uang hasil usaha. Tim mengenalkan aplikasi **SIAPIK** (Sistem Informasi Aplikasi Pencatatan Informasi Keuangan) dari Bank Indonesia yang memiliki keunggulan standar, akurat, dan mudah digunakan. Melalui pelatihan ini, mitra memahami prinsip dasar penyusunan laporan laba rugi dan arus kas (*cash flow*). Berdasarkan hasil evaluasi lapangan, pemilik UMKM masih menerapkan kombinasi pencatatan manual berbasis porsi penjualan sebelum dialihkan penuh ke aplikasi, yang menjadi masukan penting untuk pengembangan aplikasi berbasis *mobile* pada program mendatang.

3.3. Penyuluhan Keamanan Pangan dan Penerapan Higiene

Mengingat mitra bergerak di industri makanan, penerapan higiene produksi menjadi faktor kunci kepercayaan konsumen. Sesi penyuluhan menyampaikan prinsip dasar pencegahan kontaminasi silang, penyimpanan bahan baku yang benar, serta tata cara penyajian yang bersih. Tim pengabdian juga menyerahkan *Hygiene Kit* berupa masker medis, penutup kepala (*hairnet*), sarung tangan *latex/nitrile*, apron kerja, dan penjepit makanan berbahan *silicon food-grade*. Pengamatan di lokasi jualan CFD Argopuro menunjukkan mitra telah secara konsisten mengimplementasikan penggunaan APD lengkap dan alat penanganan *food-grade*.

3.4. Peningkatan Keberdayaan Mitra

Perubahan kondisi mitra sebelum dan sesudah intervensi program pengabdian dirangkum pada

Tabel 1. Analisis Perubahan Kondisi Mitra UMKM Kalle Dessert

No	Aspek Evaluasi	Kondisi Sebelum Kegiatan	Kondisi Setelah Kegiatan
1.	Pemasaran.	Terbatas pada WA, <i>bazaar</i> , dan penjualan CFD lokal.	Memiliki website resmi (<i>kalledessert.com</i>), <i>Linktree/QR Code</i> pada x-banner, serta aktif promosi via TikTok Live.
2.	Manajemen Keuangan	Pencatatan manual di buku tulis, belum ada pemisahan kas pribadi/usaha.	Terliterasi aplikasi keuangan SIAPIK dan memahami struktur laporan arus kas sederhana.
3.	Keamanan Pangan	Belum ada SOP tertulis dan penggunaan APD belum konsisten.	Menerapkan SOP higiene sanitasi, menggunakan APD lengkap (<i>hairnet</i> , masker, sarung tangan, apron) dan alat penanganan <i>food-grade</i> .

Sedangkan untuk gambar harus menyertakan nama gambar di bagian bawah seperti contoh pada gambar 1 dibawah ini :



Gambar 1. Pelatihan Digital Marketing dan Hasil Banner yang Tertera LinkTree ke Media Sosial Mitra

Gambar 1 menunjukkan pelaksanaan kegiatan pelatihan digital marketing kepada mitra usaha. Terlihat pada gambar tersebut terlihat proses pendampingan yang dilakukan oleh tim kepada mitra dalam memanfaatkan teknologi digital untuk meningkatkan strategi pemasaran produk. Kegiatan ini meliputi pemberian materi mengenai pembuatan konten promosi, penggunaan media sosial sebagai sarana pemasaran, serta pemanfaatan platform Linktree sebagai media yang mengintegrasikan berbagai tautan media sosial dan informasi bisnis dalam satu halaman. Dalam kegiatan pengabdian ini juga dihasilkan juga X-Banner. X-Banner tersebut memuat informasi produk, harga, kode QR untuk pemesanan, serta tautan menuju Linktree yang terhubung dengan berbagai akun media sosial mitra. Hasil ini menunjukkan bahwa mitra telah mempunyai media pemasaran dalam platform digital.



Gambar 2. Mitra Aktif dan Percaya Diri untuk Live Tiktok Selama Periode Penjualan

Gambar 2 menunjukkan peningkatan keaktifan dan kepercayaan diri mitra dalam memanfaatkan platform TikTok Live sebagai media pemasaran selama periode penjualan. Setelah mengikuti pelatihan dan

pendampingan digital marketing, mitra mulai menerapkan strategi pemasaran secara langsung (live streaming) untuk mempromosikan produk kepada calon konsumen. Kegiatan live dilakukan secara interaktif dengan menampilkan produk, menjelaskan keunggulan produk, serta merespons pertanyaan pelanggan secara real time. Pada gambar terlihat mitra telah mampu melakukan siaran langsung secara mandiri dan berinteraksi dengan audiens melalui fitur TikTok Live. Keberanian mitra dalam berbicara di depan kamera serta kemampuan menyampaikan informasi produk menunjukkan adanya peningkatan rasa percaya diri dibandingkan sebelum pelatihan. Pemanfaatan fitur live streaming ini juga menjadi salah satu strategi pemasaran digital yang efektif untuk meningkatkan visibilitas produk, membangun kepercayaan pelanggan, memperluas jangkauan pasar, dan berpotensi meningkatkan penjualan selama periode promosi. Keberhasilan tersebut menunjukkan bahwa program pendampingan tidak hanya meningkatkan keterampilan teknis mitra dalam menggunakan media digital, tetapi juga mendorong perubahan perilaku pemasaran yang lebih adaptif terhadap perkembangan teknologi dan kebutuhan pasar.



Gambar 3. Beranda Web Kalle Deser

Gambar 3 menampilkan halaman website Kalle Dessert yang dikembangkan sebagai media pemasaran digital sekaligus sarana penyampaian informasi kepada pelanggan. Selain berfungsi sebagai media promosi, website ini juga memperkuat identitas digital Kalle Dessert dengan menyajikan informasi mengenai produk, bahan baku berkualitas yang digunakan, serta komitmen usaha dalam menghadirkan makanan yang higienis. Dengan adanya website, mitra memiliki media promosi yang dapat diakses kapan saja sehingga mendukung peningkatan visibilitas usaha dan daya saing di era digital.



Gambar 4. Pelatihan Manajemen Keuangan

Gambar 4 menunjukkan pelaksanaan kegiatan pelatihan manajemen keuangan yang diberikan kepada mitra usaha sebagai upaya meningkatkan kemampuan dalam mengelola keuangan bisnis secara efektif dan berkelanjutan. Kegiatan ini dilaksanakan melalui metode diskusi, penyampaian materi, dan pendampingan langsung sehingga mitra dapat memahami konsep dasar pengelolaan keuangan usaha. Materi yang disampaikan meliputi pentingnya pemisahan keuangan pribadi dan keuangan usaha, penyusunan anggaran, pencatatan transaksi pemasukan dan pengeluaran, perhitungan laba dan rugi, serta pengelolaan arus kas (cash flow). Selain itu, mitra juga diberikan contoh format pembukuan sederhana yang dapat diterapkan dalam operasional usaha sehari-hari agar setiap transaksi terdokumentasi dengan baik.



Gambar 5. Pelatihan dan Praktik Keamanan Pangan

Gambar 5 menunjukkan pelaksanaan kegiatan pelatihan dan praktik keamanan pangan yang diberikan kepada mitra usaha sebagai upaya meningkatkan pemahaman dan penerapan prinsip-prinsip keamanan pangan dalam proses produksi dan penjualan. Kegiatan ini terdiri atas sesi penyampaian materi mengenai konsep dasar keamanan pangan, diikuti dengan praktik langsung untuk memastikan mitra mampu menerapkan materi yang telah diberikan. Melalui kegiatan pelatihan dan praktik ini, mitra memperoleh pengetahuan serta keterampilan yang lebih baik dalam menerapkan prinsip keamanan pangan secara konsisten. Penerapan praktik yang higienis diharapkan dapat meningkatkan kualitas dan keamanan produk, memperkuat kepercayaan konsumen, serta meningkatkan daya saing usaha di tengah persaingan industri kuliner.

KESIMPULAN

Kegiatan pengabdian kepada masyarakat ini telah berhasil meningkatkan pemahaman, keterampilan, dan kapasitas operasional UMKM Kalle Dessert. Melalui pendampingan terintegrasi, mitra kini memiliki sarana pemasaran digital berbasis website dan media sosial, menguasai dasar-dasar pencatatan keuangan usaha, serta menerapkan standar higiene dan keamanan pangan pada proses produksi dan penjualan produk. Untuk menjaga keberlanjutan program, disarankan adanya pendampingan berkala dalam pengembangan aplikasi pencatatan keuangan yang lebih sederhana serta pendampingan pendaftaran sertifikasi Halal dan P-IRT.

UCAPAN TERIMA KASIH

Penulis mengucapkan terima kasih kepada Pusat Penelitian dan Pengabdian Kepada Masyarakat (P3M) Politeknik Negeri Jember yang telah mendanai dan mendukung keterlaksanaan kegiatan pengabdian

kepada masyarakat ini, serta kepada UMKM Kalle Dessert atas kerja sama dan partisipasi aktifnya selama seluruh rangkaian program berlangsung.

DAFTAR PUSTAKA

- Junaidi, M. (2025) *UMKM Hebat, Perekonomian Nasional Meningkat*. Jakarta: Direktorat Jenderal Perbendaharaan Kemenkeu RI.
- Rachmawati, M. (2020) 'Kontribusi sektor UMKM pada upaya pengentasan kemiskinan di Indonesia', *Jurnal Ekonomi, Sosial & Humaniora*, 1(07), pp. 1–13.
- Sofyan, S. (2017) 'Peran UMKM (Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah) dalam Perekonomian Indonesia', *Bilancia: Jurnal Studi Ilmu Syariah Dan Hukum*, 11(1), pp. 33–64.
- Veranita, M. and Yusuf, R. (2022) 'Pelatihan Pembuatan Marketing Kit Menggunakan Aplikasi Canva untuk Optimalisasi Digital Marketing', *Prapanca: Jurnal Abdimas*, 2(2), pp. 115–125.
- Yuniarti, A. (2023) 'Pemberdayaan UMKM tentang pentingnya adaptasi digital dan legalitas usaha', *Jurnal Pengabdian Masyarakat Dan Riset Pendidikan*, 2(1), pp. 299–306.
- Yuwana SIP. (2020). *Corononomics: strategi revitalisasi umkm menggunakan teknologi digital di tengah pandemi covid-19*. *Journal of Technopreneurship on Economics and Business Review*.;2(1):47–59.