Mopolayio : Jurnal Pengabdian Ekonomi
Volume 6, Nomor 1, Bulan November 2026
E-ISSN: 2808-8883
Homepage: https://mopolayio.fe.ung.ac.id/index.php/mopolayio

Pendampingan UMKM Go Digital: Optimalisasi Pemasaran Digital, Proses Bisnis dan Implementasi Fintech Kelompok UMKM Desa Betro

Rezza Arlinda Sarwendhi[1]*, Riski Aprilia Nita[2], Arif Zeinfiki Djunaedi[3], Anita Maulidia[4], Billy Rayhan Fonda[5]
[1,2,3,4,5] Universitas Hayam Wuruk Perbanas, Jalan Wonorejo Utara No. 16, Wonorejo, Kecamatan Rungkut, Surabaya, Jawa Timur 60296, Indonesia.
E-mail: rezza.arlinda@perbanas.ac.id[1]*, riski@perbanas.ac.id[2], djuned@perbanas.ac.id[3], 202510301044@perbanas.ac.id[4], 202510301030@perbanas.ac.id[5]
**Corresponding author*

Article History:
Received: 22-10-2026
Revised: 12-11-2026
Accepted: 13-11-2026

Keywords: Pemasaran Digital, Optimasisasi Proses Bisnis, Implementasi *Financial Technology*, Transformasi Digital.

Abstract: *Pendampingan UMKM Desa Betro dilakukan atas dasar permasalahn yang terjadi di dalamnya. Tiga hal mendasar yang menjadi tujuan utama pengabdian ini dilakukan karena ditemukan proses pencatatan, produksi dan pemasaran yang masih jauh dari kata baik. Tahapan yang diakukan adalah dengan melakukan pelatihan pencatatan sederhana, pemisahan pembukuan antara usaha dan juga pribadi. Pemisahan pencatatan dilakukan dengan membuatkan rekening terpisah untuk usaha yang dilakukan dilengkapi dengan fintech yaitu QRIS untuk semua tenant. Pelatihan mengenai penentuan harga pokok produksi dan juga pemasaran menggunakan content digital juga diberikan. Pengabdian diakhiri dengan pemberian alat bantu produksi berupa vacuum sealer dan cup sealer untuk seluruh UMKM di Desa Betro. Hasil pengabdian dievaluasi dengan pengukuran peningkatan revenue generating bagi seluruh UMKM. Peningkatan kualitas packaging sampai dengan potensi jangkauan produk dilakukan perhitungan peningkatan dari yang sebelum dilakukan pengabdian.*

Pendahuluan

Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah (UMKM) memiliki peran strategis dalam mendukung pertumbuhan ekonomi dan peningkatan kesejahteraan masyarakat. Salah satu kelompok UMKM yang memiliki potensi untuk dikembangkan adalah UMKM Desa Betro, Kecamatan Sedati, Kabupaten Sidoarjo. UMKM Desa Betro merupakan kelompok usaha yang sebagian besar dikelola oleh ibu rumah tangga dan bergerak pada sektor *food and beverage*. Produk yang dihasilkan cukup beragam, meliputi makanan rumahan, catering, kue, makanan ringan, jajanan pasar, dan minuman. Menurut Faujia Tilaar (2025), keberagaman produk tersebut menunjukkan adanya potensi ekonomi yang dapat dikembangkan untuk meningkatkan kemandirian dan kesejahteraan keluarga serta perekonomian masyarakat desa.

Namun demikian, berdasarkan kondisi eksisting, UMKM Desa Betro masih menghadapi sejumlah kendala dalam pengembangan usahanya. Pada aspek produksi, kegiatan produksi masih bergantung pada jumlah pesanan yang masuk melalui sistem *pre-order*. Pembelian bahan baku dilakukan ketika pesanan telah tersedia sehingga harga dan ketersediaan

bahan baku belum dapat dikendalikan secara optimal. Selain itu, belum tersedianya Standar Operasional Prosedur (SOP) menyebabkan proses produksi belum berjalan secara konsisten dan efisien serta berpotensi memengaruhi kualitas produk. Kondisi tersebut juga membatasi kemampuan mitra dalam memenuhi pesanan dalam jumlah besar dan mengembangkan kapasitas usaha. Kebutuhan pelaku usaha akan perhitungan bahan baku yang tepat sampai dengan adanya SOP yang baik adalah sangat krusial (Failany, 2025)

Pada aspek manajemen, pencatatan pemasukan dan pengeluaran usaha belum dilakukan secara konsisten serta belum sepenuhnya dipisahkan dari transaksi pribadi. Beberapa komponen biaya usaha juga belum diperhitungkan secara tepat sehingga mitra mengalami kesulitan dalam menentukan harga pokok produksi, mengetahui laba yang sebenarnya, dan mengendalikan arus kas. Berdasarkan prinsip akuntansi mengenai pemisahan pencatatan, kondisi pencatatan keuangan yang belum tertata juga menjadi salah satu kendala dalam memperoleh akses pembiayaan dari lembaga layanan keuangan. Permasalahan juga ditemukan pada aspek pemasaran. Kegiatan promosi masih didominasi oleh pemasaran dari mulut ke mulut dan pemanfaatan WhatsApp secara sederhana. Pemanfaatan media sosial dan marketplace belum dilakukan secara optimal. Selain itu, sebagian produk belum memiliki identitas merek, logo, dan kemasan yang konsisten sehingga daya tarik dan pengenalan produk kepada konsumen masih terbatas.

Berdasarkan kondisi tersebut, diperlukan program pemberdayaan yang terintegrasi melalui penguatan aspek produksi, manajemen, dan pemasaran. Pada aspek produksi, program diarahkan pada penyusunan dan penerapan SOP serta pemanfaatan teknologi sederhana berupa alat press kemasan *vacuum*. Pada aspek manajemen, menurut dilakukan penguatan pencatatan keuangan sederhana, pemisahan keuangan usaha dan pribadi, serta penyusunan perencanaan usaha. Sementara itu, pada aspek pemasaran dilakukan pendampingan dalam pemanfaatan media sosial, *e-commerce*, *marketplace, branding*, dan pembuatan konten promosi yang menarik.

Metode

Metode pendekatan dan penerapat teknologi dan inovasi yang ditawarkan pada permasalahan bidang produksi, bidang manajemen, dan bidang pemasaran. Metode yang akan dilakukan adalah sosialisasi, pelatihan dan pendampingan.

1. **Permasalahan pada bidang produksi**

   Sosialisasi

   Sosialisasi dilakukan sebagai tahap awal untuk memperkenalkan program pengabdian kepada UMKM Desa Betro sebagai mitra serta menyamakan persepsi antara tim pelaksana dan juga pemiliki UMKM. Sosialisasi meliputi identifikais permasalahan produksi terkait dengan adanya SOP yang harus dimiliki UMKM guna mengatur jadwal produksi, kapasistas produksi, kualitas produksi dan juga penggunaan peralatan produksi

   Pelatihan

Pelatihan pembuatan prosedur atau SOP oleh UMKM Desa Betro yang akan disepakati untuk dipatuh dan diterapkan secara konsisten. Selain itum juga pelatihan peningkatan kualitas produk, efisiensi proses produksi karena sudah dibantu dengan adanya SOP yang akan diberlakukan.



Gambar 1. Pelatihan *Financial Technology*

Penerapan Teknologi

Penerapan teknologi sederhana atau peralatan yang memudahkan dalam melakukan peroses produksi seperti adanya mesin pengemasan berupa alat pres atau vacumm yang akan membuat persediaan produk bisa bertahan lebih lama



Gambar 2. Pemberian alat bantu produksi

Pendampingan

Pendampingan yang dilakukan adalah pendampingan dalam pelaksanaan SOP yang sudah dibuat oleh masing0masing UMKM Desa Betro juga pendampingan dalam pengendalian kualitas produksi mulai dari bahan baku yang dipilih sampai menjadi produk jadi dan sampai ke tangan pelanggan

2. Permasalahan pada bidang manajemen

Sosialisasi

Pada permasalahan manajemen UMKM Desa Betro yang akan dilakukan sosialisasi adalah berfokus pada proses pencatatan keuangan. Sosialisasi dilakukan guna memberikan pemahaman kepada mitra bahwa pencatatan keuangan harus terpisah antara transaksi terkait kebutuhan usaha dan transaksi terkait pribadi. Dengan pencatatan yang jelas diharapkan mampu membantu perhitungan harga pokok produksi yang tepat dan akurat.

Pelatihan

Pelatihan yang dilakukan meliputi pelatihan pencatatan keuangan sederhana. Pencatatan bisa dilakukan secar amanual menggunakan buku kas atau memperkenalkan mitra UMKM Desa Betro dengan aplikasi sederhana untuk pencatatan transaksi keuangan usaha. Hal ini perlu untuk ditinjau kembali berdasarkan kebutuhan dari UMKM Desa Betro.



Gambar 3. Pelatihan Pencatatan Sederhana

Penerapan Teknologi

Penerapan teknologi sederhana untuk proses pencatatan seperti penerapan aplikasi pencatatan keuangan digital seperti Quick Books, Xero, Wave dan lain sebagainya. Penentuan teknologi yang akan digunakan juga melihat kemampuan dari pemilik UMKM Desa Betro.

Pendampingan

Pendampingan yang dilakukan adalah pendampingan dalam pencatatan keuangan yang dilakukan secara terpisah antara transaksi usaha dan pribadi, pencatatan setiap detil transaksi, sehingga adanya informasi tersebut mampu digunakan dalam pengambilan keputusan usaha bagi UMKM Desa Betro



Gambar 4. Pelatihan Pembuatan SOP

3. Permasalahan pada bisang pemasaran

Sosialisasi

Pada permsalahan bidang pemasran yang menjadi fokus pada program ini adalah sosialisasi mengenai media promosi yang digunakan oleh UMKM Desa Betro. Selain itu juga berfokus pada kemasan yang sudah cukup menarik atau belum. Selain kemasan yang tidak kalah penting adalah konten promosi yang cocok bagi jangkuan pasar UMKM Desa Betro.

Pelatihan

Pelatihan yang akan diberikan adalah memberikan informasi mengenai strategi pemasaran, bagaimana cara untuk melakukan branding pada produk UMKM Desa betro, pelatihan tentang pemasaran digital yang bisa dilakukan melalui e-commerce ataupun marketplace, serta penggunaan media sosial yang tepat guna.

Penerapan Teknologi

Penggunaan beragam macam sosial media seperti instagram, facebook, tiktok, whatsapp dan lainnya. Mengenalkan canva sebagai media untuk melakukan editing katalog promosi, pembuatan konten foto yang lebih menari dan fungsi-fungsi lainnya.Selain itu mitra juga dibantu dalam pembuatan kontan yang menarik bisa membuat foto atau video dengan menggunakan aplikasi editing seperti Capcut atau Inshot.

Pendampingan

Pendampingan yang dilakukan adalah pendampingan pengelolaan akun media sosial yang sudah ada dan dimiliki UMKM Desa Betro. Meninjau tentang perkembangan akun-akun UMKM Desa Betro pada e-commerce dan juga marketplace yang tersedia. Berapa jumlah pesanan yang yang bisa dikuantifikasi ke dalam pendapatan. Melakukan evaluasi promosi yang sudah dilakukan apakah tepat sararan dan cocok untuk jangkuaan pasar dari UMKM Desa Betro.



Gambar 5. Pendampingan

4. Evaluasi dan Pendampingan Program Bidang Produksi

Evaluasi yang akan dilakukan untuk menghadapi permasalahn di bidang produksi UMKM Desa Betro adalah memastikan bahwa para pelaku UMKM menerapkan SOP dengan konsisten demi menunjang proses produksi yang lebih efektif dan efisien. UMKM Desa Betro mampu patuh dan melaksanakan SOP produksi secara mandiri dan keberlanjutan yang meberikan dampak yang baik dan signifikan dalam jangka waktu yang panjang

5. Evaluasi dan Pendampingan Program Bidang Manajemen

Bidang manajemen yang perlu dilakukan evaluasi adalah mengenai evaluari keteraturan pencatatan yang dilakukan oleh mitra atau UMKM Desa Betro. Benarkah sudah dilakukan pemisahan pencatatn antara transaksi keuangan usaha dan pribadi. Harapannya adalah UMKm Desa Betro mampu secara konsiten menerapkan pencatatan usaha yang baik dan rigit agar menciptakan laporan keuangan yang bisa menjangkau akses kredit pada Lembaga layanan keuangan.

6. Evaluasi dan Pendampingan Program Pemasaran

Evaluasi yang akan dilakukan pada permasalahan proses pemasaran adalah meninjau adanya peningkatan penjualan yang terjadi setelah penerapan berbagai metode pemasaran, menghitung apakah adanya peningkatan jangkauan pasar dari UMKM Betro, dan juga apakah visibilitas dari produk UMKM Betro terjadi peningkatan atau tidak. Pendampingan secara keberlanjutan diharapkan UMKM Desa Betro aktif mengelola akun-akun media sosialnya dalam rangka pemasaran digital dan mengembangkan jaringan pasar.

Hasil

UMKM diberikan pelatihan untuk pembuatan Standar Operasional Prosedur (SOP). Penyusunan dan penerapan SOP menjadi solusi dikarenakan memberikan pedoman kerja yang jelas, sistematis, dan mudah diterapkan oleh masing-masing pelaku UMKM. SOP akan disusun berdasarkan karakteristik dan kebutuhan setiap jenis usaha, mulai dari persiapan bahan baku, proses pengolahan, penggunaan peralatan, standar waktu produksi, pengemasan, hingga pemeriksaan kualitas produk sebelum dipasarkan. Dengan adanya tahapan kerja yang terdokumentasi, pelaku UMKM tidak lagi sepenuhnya bergantung pada kebiasaan atau pengalaman individu dalam menjalankan proses produksi.

Penerapan SOP juga akan membantu UMKM dalam mengendalikan penggunaan bahan baku. Setiap tahapan produksi dapat ditentukan kebutuhan bahan dan jumlah yang digunakan sehingga penggunaan bahan menjadi lebih terukur. Hal ini dapat mengurangi pemborosan bahan baku dan membantu pelaku usaha memperkirakan kebutuhan persediaan sebelum produksi dilakukan. Dengan demikian, pembelian bahan baku dapat dilakukan secara lebih terencana dan tidak semata-mata berdasarkan pesanan yang masuk pada saat itu. Selain itu, SOP dapat meningkatkan efisiensi waktu dan proses produksi. Urutan pekerjaan yang telah ditetapkan akan membantu pelaku UMKM mengetahui tahapan yang harus dilakukan, siapa yang bertanggung jawab, serta peralatan yang diperlukan. Proses kerja menjadi lebih terarah sehingga waktu yang sebelumnya dapat terbuang karena menunggu, melakukan pekerjaan berulang, atau mencari bahan dan peralatan dapat diminimalkan. Proses produksi yang lebih terstruktur juga memungkinkan UMKM meningkatkan kapasitas produksi tanpa harus mengorbankan kualitas produk.

Dari sisi kualitas, SOP berfungsi sebagai standar pengendalian Dari sisi kualitas, SOP berfungsi sebagai standar pengendalian mutu. Adanya standar bahan baku, ukuran atau takaran, waktu pengolahan, teknik produksi, serta proses pengemasan akan membantu menghasilkan produk dengan karakteristik yang lebih konsisten. Konsistensi rasa, ukuran, tekstur, tampilan, dan kualitas produk menjadi penting karena dapat meningkatkan kepuasan konsumen dan mendorong terjadinya pembelian ulang. Dengan demikian, SOP tidak hanya menyelesaikan persoalan teknis produksi, tetapi juga mendukung peningkatan kepercayaan konsumen terhadap produk UMKM Desa Betro.

Pelatihan diberikan kepada UMKM Desa Betro mulai dari memetakan dan merinci kegiata sehari-hari mulai pesanan itu diterima, pembelian bahan baku sampai dengan produk yangsudah jadi bisa sampai ke tangan pelanggan.

Aspek Produksi

Evaluasi yang akan dilakukan untuk menghadapi permasalahn di bidang produksi

UMKM Desa Betro adalah memastikan bahwa para pelaku UMKM menerapkan SOP dengan konsisten demi menunjang proses produksi yang lebih efektif dan efisien. UMKM Desa Betro mampu patuh dan melaksanakan SOP produksi secara mandiri dan keberlanjutan yang meberikan dampak yang baik dan signifikan dalam jangka waktu yang panjang

Upaya penyelesaian permasalahan manajemen pada Desa Betro telebih terkait proses pencatatan yang belum dipisahkan dan penentuan harga produk yangdinilai susah, kegiatan pengabdian kepada masyarakat telah memberikan pelatihan penentuan harga produk dan pencatatan transaksi sederhana kepada mitra UMKM Desa Betro. Pelatihan penentuan harga produk diarahkan untuk meningkatkan kemampuan mitra dalam mengidentifikasi dan menghitung komponen biaya produksi, menentukan biaya per unit produk, menetapkan margin keuntungan, serta menyusun harga jual yang lebih rasional dan sesuai dengan kondisi usaha. Selanjutnya, pelatihan pencatatan transaksi sederhana diberikan agar mitra mampu mencatat penerimaan dan pengeluaran usaha secara tertib, konsisten, dan mudah dipahami dengan menggunakan format pencatatan yang praktis. Melalui kegiatan tersebut, mitra diharapkan mampu meningkatkan kualitas pengelolaan usaha, memperoleh informasi keuangan yang lebih akurat, mengetahui tingkat keuntungan usaha, serta menggunakan informasi tersebut sebagai dasar dalam pengambilan keputusan terkait harga, biaya, dan pengembangan usaha. Dengan demikian, kegiatan pengabdian ini diharapkan dapat meningkatkan kapasitas manajemen dan keberlanjutan usaha UMKM Desa Betro. Pencatatan terpisah juga dimulai dari pembuatan rekening terpisah antara pribadi dan usaha. Dilanjutkan dengan pembuatan QRIS yang menggandeng Bank Mandiri untuk mengakomodir kegiatan tersebut.

Aspek Manajemen

Bidang manajemen yang perlu dilakukan evaluasi adalah mengenai evaluari keteraturan pencatatan yang dilakukan oleh mitra atau UMKM Desa Betro. Benarkah sudah dilakukan pemisahan pencatatn antara transaksi keuangan usaha dan pribadi. Harapannya adalah UMKM Desa Betro mampu secara konsiten menerapkan pencatatan usaha yang baik dan rigit agar menciptakan laporan keuangan yang bisa menjangkau akses kredit pada lembaga layanan keuangan.

Solusi yang diberikan pada aspek pemasaran berupa pelatihan dan pendampingan pemasaran digital bagi UMKM Desa Betro. Kegiatan diawali dengan pengenalan berbagai media pemasaran online yang dapat dimanfaatkan untuk memperluas jangkauan pasar dan meningkatkan visibilitas produk. Mitra akan diperkenalkan pada pemanfaatan media sosial dan platform marketplace sebagai sarana promosi sekaligus penjualan produk secara digital. Selanjutnya, tim pengabdian akan mendampingi mitra dalam melakukan pendaftaran dan pembuatan akun *marketplace*, serta memberikan praktik langsung mengenai cara mengunggah produk, menyusun informasi produk, mencantumkan harga, menampilkan foto produk, dan mengelola informasi penjualan secara sederhana. Pendampingan juga diberikan agar mitra mampu mengoptimalkan marketplace sebagai kanal pemasaran yang dapat digunakan secara berkelanjutan.

Guna memperkuat kemampuan komunikasi pemasaran, mitra akan diberikan pelatihan *copywriting* yang berfokus pada penyusunan judul produk, deskripsi produk, caption promosi, serta kalimat persuasif yang mampu menonjolkan keunggulan dan manfaat produk. Pelatihan dilakukan melalui praktik penyusunan copywriting menggunakan produk milik mitra sehingga hasil pelatihan dapat langsung diterapkan pada media pemasaran yang telah dibuat. Melalui rangkaian pelatihan dan pendampingan tersebut, target yang diharapkan adalah mitra memiliki media pemasaran online, memiliki akun *marketplace* yang aktif, mampu mengunggah dan

mengelola produk secara mandiri, serta mampu membuat materi promosi dan *copywriting* yang menarik dan persuasif. Dengan demikian, UMKM Desa Betro memiliki kemampuan untuk mengembangkan pemasaran digital secara mandiri dan berkelanjutan.

Aspek Pemsaran

Evaluasi yang akan dilakukan pada permasalahan proses pemasaran adalah meninjau adanya peningkatan penjualan yang terjadi setelah penerapan berbagai metode pemasaran, menghitung apakah adanya peningkatan jangkauan pasar dari UMKM Betro, dan juga apakah visibilitas dari produk UMKM Betro terjadi peningkatan atau tidak. Pendampingan secara keberlanjutan diharapkan UMKM Desa Betro aktif mengelola akun-akun media sosialnya dalam rangka pemasaran digital dan mengembangkan jaringan pasar.

Evaluasi yang dilakukan dengan cara monitoring dan juga evaluasi menyajikan data sebagai berikut:

Tabel 1. Hasil Monitoring dan Evaluasi

Indikator Dampak	Target Setelah Kegiatan
Produktivitas proses pengemasan	Meningkat 20–30%
Waktu proses pengemasan	Berkurang 15–25%
Kapasitas produk siap jual	Meningkat 20–30%
Pengembangan produk makanan	Minimal 1–2 varian produk frozen food
Kualitas kemasan makanan	Kemasan lebih rapat, kedap, dan seragam melalui vacuum sealer
Kualitas kemasan makanan	Kemasan lebih rapat, kedap, dan seragam melalui vacuum sealer
Kualitas kemasan minuman	100% produk mitra menggunakan cup sealer
Jangkauan pemasaran	Produk tersedia pada minimal 1 platform marketplace
Visibilitas produk	100% produk utama mitra ditampilkan pada marketplace
Potensi jangkauan konsumen	Jangkauan pasar diperluas melalui kanal digital
Transaksi non-tunai	100% mitra memiliki dan menyediakan QRIS
Kemudahan pembayaran	Tersedia alternatif pembayaran QRIS yang praktis dan cepat
Dokumentasi transaksi	Transaksi QRIS dapat menjadi tambahan sumber data pencatatan penjualan
Peluang peningkatan penjualan	Ditargetkan terjadi peningkatan transaksi/penjualan sebesar 10–20%

Produk Teknologi Dan Inovasi

Produk teknologi dan inovasi yang diberikan dalam kegiatan pengabdian kepada masyarakat berupa peralatan pendukung pengembangan produk UMKM, yaitu *vacuum sealer* dan *cup sealer*. Berikut deskripi dari *vacuum selaer* dan *cup sealer* yang diberikan kepada UMKM Desa Betro:

1. *Vacuum sealer*

   Vacuum sealer ditujukan bagi mitra UMKM yang bergerak pada bidang usaha makanan untuk mendukung pengembangan produk menjadi *frozen food* melalui proses pengemasan kedap udara. Penggunaan teknologi ini diharapkan dapat meningkatkan

kualitas dan keamanan kemasan, mengurangi paparan udara yang dapat memengaruhi kualitas produk, serta mendukung peningkatan daya simpan dan daya jual produk makanan.



Gambar 1. Vacuum Sealer yang diberikan untuk UMKM Desa Betro

Deskripsi Produk:

- Daya isap : 60 kPa
- Daya : 90 watt
- Panjang sealing : 30 cm
- Dimensi produk: 37.7 cm x 7.7 cm x 5.6 cm
- Panjang kabel : 80 cm
- Voltase : 220-240 volt
- Harga satuan : Rp. 729.900,-

2. *Cup Sealer*

Sementara itu, *cup sealer* diberikan kepada mitra UMKM yang bergerak pada usaha minuman sebagai teknologi pengemasan yang dapat menghasilkan kemasan lebih rapat, aman, dan memiliki tampilan yang lebih profesional. Penggunaan *cup sealer* tidak hanya berfungsi untuk mengurangi risiko tumpahan selama proses penyimpanan maupun distribusi, tetapi juga meningkatkan nilai estetika dan komersial produk sehingga lebih sesuai dengan kebutuhan pasar. Kedua peralatan tersebut dipilih berdasarkan karakteristik dan kebutuhan usaha mitra sehingga teknologi yang diberikan bersifat aplikatif, mudah digunakan, dan dapat langsung diintegrasikan ke dalam proses produksi UMKM.



Gambar 2. Cup Sealer yang diberikan untuk UMKM Desa Betro

Deskripsi Produk:

- Penyetelan suhu : 0 - 250 Celsius
- Berat : 11,85 kg
- Daya : 300 watt
- Dimensi produk : 20.6 cm x 27 cm x 46 cm
- Warna : Putih
- Dimensi Kemasan : 30.0 x 28.0 x 51.0 cm
- Harga satuan : Rp. 999.900,-

Penerapan Teknologi Dan Inovasi Kepada Masyarakat (Relevansi Dan Partisipasi Masyarakat)

Penerapan teknologi dan inovasi kepada masyarakat dilakukan melalui pemberian dan pemanfaatan *vacuum sealer* dan *cup sealer* yang disesuaikan dengan karakteristik usaha masing-masing mitra UMKM. Vacuum sealer diberikan kepada mitra yang memproduksi makanan sebagai teknologi pengemasan untuk mendukung pengembangan produk makanan menjadi produk *frozen food*. Melalui penggunaan alat tersebut, mitra dapat melakukan pengemasan produk secara lebih rapat dan kedap udara sehingga produk memiliki kemasan yang lebih sesuai untuk penyimpanan dan pemasaran.

Sementara itu, *cup sealer* diberikan kepada mitra yang menjalankan usaha minuman untuk mendukung proses pengemasan produk agar lebih aman, rapat, dan rapi. Penggunaan cup sealer memungkinkan produk minuman memiliki kemasan yang lebih profesional dan memiliki tampilan yang lebih komersial sehingga dapat meningkatkan daya tarik produk di mata konsumen. Dalam penerapannya, mitra berpartisipasi secara langsung dalam penggunaan kedua peralatan tersebut melalui praktik pengoperasian dan penerapan pada produk yang mereka hasilkan. Dengan demikian, teknologi yang diberikan tidak hanya berupa bantuan peralatan, tetapi dapat dimanfaatkan secara langsung dalam kegiatan produksi sehari-hari. Relevansi teknologi ditunjukkan melalui kesesuaiannya dengan jenis produk mitra, sedangkan partisipasi masyarakat diwujudkan melalui keterlibatan aktif mitra dalam menggunakan dan mengoptimalkan peralatan tersebut untuk mendukung kegiatan usahanya.

Selain penerapan teknologi pengemasan, pengembangan pemasaran produk didukung melalui pendaftaran mitra pada *platform marketplace* dan fasilitasi kepemilikan QRIS (Quick Response Code Indonesian Standard). Pendaftaran marketplace memberikan sarana bagi mitra untuk menampilkan dan menawarkan produk secara digital sehingga produk yang telah dikemas dengan vacuum sealer maupun cup sealer memiliki saluran pemasaran yang lebih luas dan tidak terbatas pada konsumen di lingkungan sekitar. Marketplace juga memberikan kemudahan dalam menampilkan informasi produk, harga, serta menerima pesanan secara lebih terstruktur. Sementara itu, kepemilikan QRIS memberikan kemudahan bagi konsumen dalam melakukan pembayaran secara non-tunai melalui berbagai aplikasi pembayaran yang mendukung QRIS. Penggunaan QRIS diharapkan dapat membuat proses transaksi menjadi lebih praktis, cepat, dan terdokumentasi dengan lebih baik.

Diskusi

Pelaksanaan pengabdian ini mempersiapkan UMKM Desa Betro untuk menjadi UMKM yang lebih maju dan mengalami peningkatan dalam penghasilan yang ditunjang dengan SOP yang sudah jelas, pencatatan keuangan yang jelas dan mudah dipahami,

pemisahan pencatatan usaha dengan pribadi, juga memiliki akun akun yang bisa memasarkan produk mereka dengan jangkauan yang lebih luas,

***Impact* (Kebermanfaatan Dan Produktivitas)**

Pemberian *vacuum sealer dan cup sealer* diharapkan memberikan dampak yang terukur terhadap peningkatan produktivitas dan nilai tambah produk UMKM. Berdasarkan karakteristik teknologi yang diberikan, penerapan kedua alat tersebut ditargetkan mampu meningkatkan efisiensi proses pengemasan sebesar 20–30% dibandingkan dengan metode pengemasan manual. Peningkatan efisiensi tersebut diharapkan memungkinkan mitra menyelesaikan proses pengemasan dalam waktu yang lebih singkat dan meningkatkan jumlah produk yang dapat disiapkan untuk dipasarkan.

Pada UMKM makanan, penggunaan *vacuum sealer* ditargetkan dapat meningkatkan kapasitas produk yang dapat dikemas dan dipersiapkan sebagai produk frozen food sebesar 20–30%, sekaligus menghasilkan kemasan yang lebih rapat, seragam, dan sesuai untuk penyimpanan. Teknologi tersebut juga membuka peluang bagi mitra untuk melakukan diversifikasi produk, sehingga tidak hanya menjual produk dalam kondisi siap konsumsi, tetapi juga menyediakan alternatif produk frozen food yang dapat dipasarkan dengan jangkauan waktu dan wilayah yang lebih luas. Dengan demikian, penggunaan vacuum sealer diproyeksikan dapat meningkatkan jumlah produk yang memiliki nilai jual dan siap dipasarkan.

Sementara itu, pada UMKM minuman, penggunaan *cup sealer* ditargetkan mampu meningkatkan kapasitas pengemasan sebesar 20–30% melalui proses penyegelan yang lebih cepat dan konsisten. Kemasan yang lebih rapat dan profesional juga diharapkan dapat meningkatkan daya tarik produk serta mengurangi risiko tumpah atau kerusakan kemasan selama proses distribusi. Kondisi tersebut diproyeksikan dapat mendukung peningkatan jumlah produk yang dapat didistribusikan dan meningkatkan peluang penjualan.

Kesimpulan

Kegiatan Pengabdian kepada Masyarakat pada UMKM Desa Betro telah dilaksanakan sebagai upaya meningkatkan kapasitas dan keberdayaan mitra melalui penguatan aspek produksi, manajemen, dan pemasaran. Kegiatan yang dilakukan disesuaikan dengan permasalahan dan kebutuhan UMKM, sehingga solusi yang diberikan dapat diterapkan secara langsung dalam kegiatan usaha.

Pada aspek produksi, penerapan Standar Operasional Prosedur (SOP) memberikan pedoman kerja yang lebih sistematis mulai dari persiapan bahan baku, proses produksi, pengemasan, hingga pengendalian kualitas. SOP diharapkan dapat meningkatkan efisiensi proses, mengurangi pemborosan, serta menjaga konsistensi kualitas produk. Selain itu, pemberian teknologi berupa vacuum sealer dan cup sealer mendukung peningkatan kualitas pengemasan dan membuka peluang pengembangan produk, termasuk diversifikasi makanan menjadi frozen food.

Pada aspek manajemen, mitra memperoleh pelatihan mengenai pencatatan transaksi sederhana, penentuan harga produk, serta pemisahan transaksi usaha dan pribadi. Kegiatan tersebut diharapkan dapat membantu UMKM mengetahui biaya dan keuntungan usaha secara lebih tepat serta menyediakan informasi keuangan yang dapat digunakan sebagai dasar pengambilan keputusan. Penerapan QRIS juga menjadi bagian dari upaya digitalisasi transaksi dan memberikan alternatif pembayaran yang lebih praktis bagi konsumen.

Pada aspek pemasaran, pendampingan diarahkan pada pemanfaatan media digital dan marketplace, penyusunan informasi produk, serta pembuatan materi promosi dan copywriting. Upaya tersebut diharapkan mampu memperluas jangkauan pasar dan meningkatkan visibilitas produk UMKM Desa Betro. Secara keseluruhan, kegiatan pengabdian telah memberikan dasar bagi UMKM Desa Betro untuk mengembangkan usaha secara lebih terstruktur, efisien, dan adaptif terhadap perkembangan teknologi digital. Pengabdian selanjutnya agar bisa menambah UMKM yang lebih banyak dan juga memberikan alat bantu produksi yang jauh lebih memberikan dampak terhadap kegiatan produksi UMKM

Pengakuan/Acknowledgements

Terimakasih kepada Kemendiktisaintek yang telah mempercayakan dana untuk pelaksanaan pengabdian Masyarakat melaluhi Hibah BIMA 2026, dengan nomor kontrak pelaksanaan 210/C3/DT.05.00/PM/2026, kepada tim kami dari Universitas Hayam Wuruk Perbanas. Kepada Kelompok UMKM Desa Betro yang sudah bersedia menjadi mitra dari pengabdian Masyarakat ini, kami ucapkan terimakasih

Daftar Referensi

Aflagaly, D., Kusumowati, D., & Listyowati, L. (2025). Pengaruh e-wallet dan digital marketing terhadap kinerja keuangan UMKM. *Jurnal Ilmiah Bisnis dan Perpajakan (Bijak), 7*(1), 36–43. https://doi.org/10.26905/j.bijak.v7i1.15086

Anugrah, M. D., Oktarini, K. W., Oktarida, A., & Firmansyah. (2023). Peningkatan kinerja UMKM melalui digital marketing. *Jurnal Daya Saing, 9*(2). https://doi.org/10.35446/dayasaing.v9i2.1353

Apriadin, A., & Khairunnisah, N. A. (2026). Pengaruh digital marketing dan e-commerce terhadap kinerja UMKM. *DIGIBIZ: Journal of Digital Business*. https://doi.org/10.58258/f25qzf77

Bank Indonesia. (2022). *Peraturan Anggota Dewan Gubernur Nomor 24/1/PADG/2022 tentang perubahan kedua atas Peraturan Anggota Dewan Gubernur Nomor 21/18/PADG/2019 tentang implementasi standar nasional Quick Response Code untuk pembayaran*. Bank Indonesia.

Bank Indonesia. (2025). *Quick Response Code Indonesian Standard (QRIS).* Bank Indonesia.

https://www.bi.go.id/id/fungsi-utama/sistem-pembayaran/ritel/kanal-layanan/qris/default.aspx

Failany, M. A., Muzakki, K., Fahriani, D., & Wicaksono, A. (2025). Optimalisasi sistem

informasi akuntansi dan digital marketing untuk meningkatkan kinerja keuangan UMKM. *Jurnal Akuntansi dan Keuangan Kontemporer (JAKK).*

Kementerian Koperasi dan Usaha Kecil dan Menengah Republik Indonesia. (2023). *Perkembangan data usaha mikro, kecil, menengah (UMKM) dan usaha besar*. Kementerian Koperasi dan UKM Republik Indonesia.

Kotler, P., & Keller, K. L. (2016). *Marketing management* (15th ed.). Pearson.

Merlina, N., Mazia, L., Zuniarti, I., Fakhira, I. Z., & Hutagalung, J. A. (2023). Pendampingan penerapan digital marketing untuk meningkatkan kinerja UMKM di era digital. *Majalah Ilmiah UPI YPTK, 30*(2). https://doi.org/10.35134/jmi.v30i2.159

Sudirjo, F., Rukmana, A. Y., Wandan, H., & Hakim, M. L. (2023). Pengaruh kapabilitas pemasaran, digital marketing dalam meningkatkan kinerja pemasaran UMKM di Jawa Barat. *Jurnal Bisnisman: Riset Bisnis dan Manajemen, 5*(1). https://doi.org/10.52005/bisnisman.v5i1.134

Tilaar, F., Hidayanti, I., & Fahri, J. (2026). Implementasi digital marketing dalam mendorong kinerja pemasaran: Studi kasus pada UMKM binaan Bank Indonesia Provinsi Maluku Utara. *EKOMA: Jurnal Ekonomi, Manajemen, Akuntansi, 5*(2). https://doi.org/10.56799/ekoma.v5i2.12991

Wibowo, A., & Arif, M. (2022). Digitalisasi UMKM dan strategi pengembangan usaha melalui pemanfaatan teknologi digital. *Jurnal Manajemen dan Kewirausahaan, 10*(2).