

Penerapan Sistem Informasi Dan *Digital Marketing* Pada UMKM Jihan Cakery Kota Matsum I Kota Medan, Sumatera Utara

Ajulio Padly Sembiring¹, Wiwin Sry Adinda Banjarnahor², Suci Khairani³, Winda Syafitri⁴, Marlina Sari⁵, Vicky Rolanda⁶

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

Universitas Satya Terra Bhinneka, Medan⁶

Email : ajuliosembiring@polmed.ac.id

ABSTRAK

Pemanfaatan teknologi informasi memiliki peran yang sangat penting dalam mendukung transformasi digital di sektor Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah (UMKM). Melalui penerapan teknologi digital, pelaku UMKM dapat meningkatkan efisiensi operasional, memperluas jangkauan pasar, serta memperkuat daya saing di tengah perkembangan ekonomi berbasis teknologi. Kegiatan ini dilaksanakan oleh tim dosen Politeknik Negeri Medan pada UMKM Jihan Cakery yang berlokasi di Kota Medan, Sumatera Utara. Sebelum kegiatan dilaksanakan, pengelolaan usaha masih dilakukan secara konvensional, termasuk pencatatan keuangan dan promosi produk yang belum memanfaatkan media digital secara optimal. Melalui kegiatan ini, tim dosen telah berhasil mengembangkan dan mengimplementasikan website katalog digital sebagai media promosi daring yang menampilkan seluruh produk UMKM Jihan Cakery secara interaktif dan mudah diakses. Selain itu, diterapkan pula sistem pembukuan digital untuk membantu pemilik usaha dalam mencatat transaksi, menyusun laporan keuangan, dan memantau kondisi finansial secara lebih akurat. Kegiatan ini juga dilengkapi dengan pelatihan pemasaran digital (*digital marketing*) bagi pemilik dan karyawan UMKM guna meningkatkan kemampuan promosi melalui media sosial dan platform digital lainnya. Sebagai dukungan tambahan, tim turut memberikan perangkat keras berupa modem dan printer untuk menunjang kelancaran kegiatan digitalisasi usaha. Hasil dari kegiatan menunjukkan adanya peningkatan efisiensi dalam pengelolaan usaha, kemudahan dalam proses administrasi keuangan, serta peningkatan jangkauan promosi produk secara signifikan. Implementasi teknologi informasi melalui kegiatan ini terbukti memberikan dampak positif terhadap peningkatan profesionalisme, kinerja, dan potensi omzet penjualan pada UMKM Jihan Cakery.

Kata kunci : UMKM, Digitalisasi, Sistem Informasi, Pembukuan Digital, Pemasaran Digital.

ABSTRACT

The use of information technology plays a very important role in supporting digital transformation in the Micro, Small, and Medium Enterprises (MSME) sector. Through the application of digital technology, MSME players can improve operational efficiency, expand market reach, and strengthen competitiveness amid the development of a technology-based economy. This Activity was carried out by a team of lecturers from the Medan State Polytechnic at Jihan Cakery MSME, located in Medan City, North Sumatra. Prior to the activity, business management was still carried out conventionally, including financial recording and product promotion, which did not optimally utilize digital media. Through this activity, the team of lecturers has successfully developed and implemented a digital catalog website as an online promotional medium that displays all Jihan Cakery MSME products in an interactive and easily accessible manner. In addition, a digital accounting system was also implemented to assist business owners in recording transactions, compiling financial reports, and monitoring financial conditions more accurately. This activity was also complemented by digital marketing training for MSME owners and employees to improve their promotional skills through social media and other digital platforms. As additional support, the team also provided hardware in the form of modems and printers to support the smooth running of business digitalization activities. The results of this activity show an increase in business management efficiency, ease of financial administration, and a significant increase in product promotion reach. The implementation of information technology through this

activity has proven to have a positive impact on increasing professionalism, performance, and sales potential at Jihan Cakery MSME.

Keywords: *MSME, Digitalization, Information System, Digital Accounting, Digital Marketing.*

(Diajukan: 13 10 2025, Direvisi: 20 07 2026, Diterima: 20 07 2026)

PENDAHULUAN

Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah (UMKM) di Indonesia memiliki kontribusi yang sangat signifikan terhadap pembangunan ekonomi nasional. Berdasarkan data dari Kementerian Koperasi dan UKM serta BPS, hingga tahun 2023 jumlah UMKM telah mencapai 65,5–66 juta usaha, atau sekitar 99% dari total unit usaha, menyumbang sekitar 60–61% PDB (Pendapatan Domestik Bruto) nasional, dan menyerap 97% tenaga kerja (Efilia et al., 2024). Selain itu, penelitian oleh Janah & Tampubolon (2024) menyebutkan bahwa UMKM memainkan peran penting sebagai katalisator pertumbuhan ekonomi, mengurangi pengangguran, serta meratakan pendapatan ekonomi lokal melalui pemanfaatan sumber daya setempat dan digitalisasi (e-commerce, media sosial). Hal ini didukung pula oleh Situngkir dkk (2025) yang menyoroti bagaimana UMKM memperkuat ekonomi regional dan nasional meskipun menghadapi tantangan seperti keterbatasan modal, teknologi, dan akses pasar.

Adapun tantangan utama UMKM meliputi akses terhadap pembiayaan, teknologi, dan manajemen. Misalnya, Hardimanto et al. (2024) menemukan bahwa PDB sektor UMKM berhubungan positif signifikan dengan penyerapan tenaga kerja, sementara suku bunga dan upah minimum memiliki pengaruh negatif terhadap kemampuan mereka untuk serap tenaga kerja. Dari sisi strategi pembangunan, buku karya Budiarto, Putero, dan Suyatna (2021) menjelaskan bagaimana *technopreneurship*, digitalisasi, dan peran perguruan tinggi menjadi faktor penting dalam pengembangan UMKM, khususnya dalam meningkatkan daya saing dan kapasitas inovasi. Kemudian, buku Dr. Tri Widayati (2025) “Keberlanjutan UMKM di Indonesia” menekankan pentingnya integrasi aspek ekonomi, sosial, dan lingkungan untuk memastikan pertumbuhan yang inklusif dan ramah lingkungan.

Dengan melihat kontribusi ekonomi yang besar serta tantangan internal dan eksternal yang kompleks, jelas bahwa UMKM masih memerlukan dukungan kebijakan dan strategi implementatif. Kajian mendalam terkait digitalisasi, pembiayaan, *technopreneurship*, dan keberlanjutan menjadi sangat penting untuk memperkuat kapasitas serta daya saing UMKM di era global. UMKM Jihan Cakery merupakan salah satu usaha mikro yang bergerang dalam bidang kuliner yang memproduksi makanan olahan dari buah-bahan premium dan berkualitas

yang diproduksi dengan skala kecil, usaha Jihan Cakery sendiri beralamat di Jalan JL. Rahmadsyah No. 311 Kota Matsum I, Kec. Medan Area, Kota Medan, Sumatera Utara. Usaha ini dimiliki oleh seorang ibu yang bernama Jihan Fadlina dengan 2 orang karyawan yang membantu produksi hingga pemasaran produknya. Saat ini mitra pengabdian telah memiliki izin usaha dari pemerintah dengan Nomor Induk Berusaha (NIB) 0237010130767, mitra pengabdian telah melakukan produksi menggunakan peralatan yang cukup lengkap hingga ke pengemasan, apapun kelebihan dari produk Jihan Cakery dibandingkan dengan produk sejenis adalah Jihan Cakery menggunakan bahan baku kurma premium yang dijamin kesegaran dan kebersihan, hal ini dibuktikan dengan telah terbitnya sertifikat halal untuk produk-produk yang di produksi oleh mitra pengabdian.

Dengan melihat kontribusi ekonomi yang besar serta tantangan internal dan eksternal yang kompleks, jelas bahwa UMKM masih memerlukan dukungan kebijakan dan strategi implementatif. Kajian mendalam terkait digitalisasi, pembiayaan, technopreneurship, dan keberlanjutan menjadi sangat penting untuk memperkuat kapasitas serta daya saing UMKM di era global. UMKM Jihan Cakery merupakan salah satu usaha mikro yang bergerak dalam bidang kuliner yang memproduksi makanan olahan dari buah-bahan premium dan berkualitas yang diproduksi dengan skala kecil, usaha Jihan Cakery sendiri beralamat di Jalan JL. Rahmadsyah NO. 311 Kota Matsum I, Kec. Medan Area, Kota Medan, Sumatera Utara. Usaha ini dimiliki oleh seorang ibu yang bernama Jihan Fadlina dengan 2 orang karyawan yang membantu produksi hingga pemasaran produknya. Saat ini mitra pengabdian telah memiliki izin usaha dari pemerintah dengan Nomor Induk Berusaha (NIB) 0237010130767, mitra pengabdian telah melakukan produksi menggunakan peralatan yang cukup lengkap hingga ke pengemasan, apapun kelebihan dari produk Jihan Cakery dibandingkan dengan produk sejenis adalah Jihan Cakery menggunakan bahan baku kurma premium yang dijamin kesegaran dan kebersihan, hal ini dibuktikan dengan telah terbitnya sertifikat halal untuk produk-produk yang di produksi oleh mitra pengabdian.

Berdasarkan pengamatan dari hasil wawancara dengan mitra yang dituangkan dalam analisis situasi serta komunikasi yang dilakukan dengan wawancara kepada Pemilik usaha UMKM Jihan Cakery, maka permasalahan yang didapatkan adalah sebagai berikut:

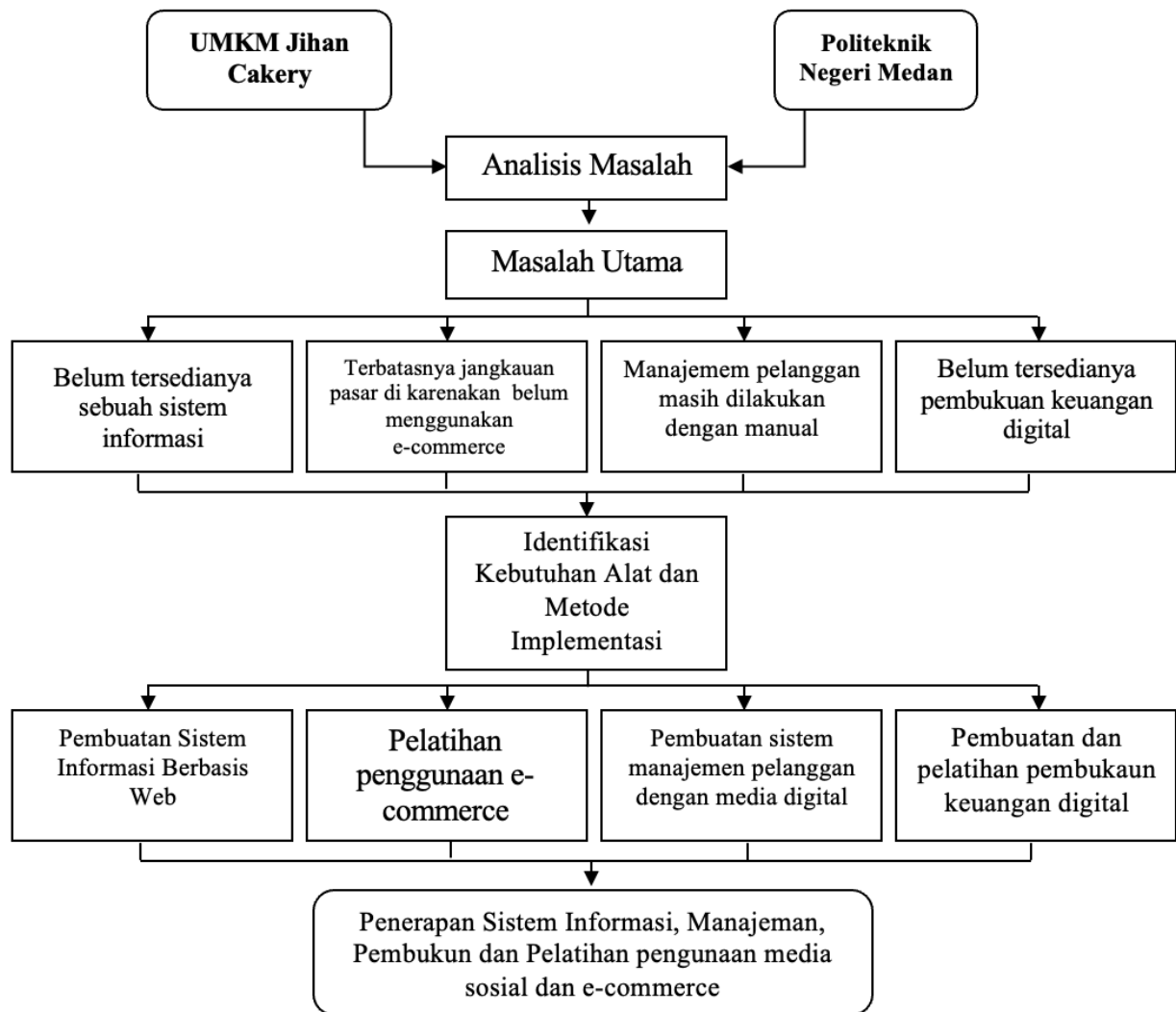
1. Belum tersedianya sebuah sistem informasi yang dapat dijangkau calon pelanggan baru
2. Terbatasnya jangkauan pasar yang dapat mengakses produk-produk yang di hasil UMKM Jihan Cakery.

3. Belum tersedianya sebuah teknologi digital dalam manajemen pengelolaan usaha seperti manajemen pelanggan.
4. Belum tersedianya pembukuan digital untuk mengatasi kesalahan dalam pembukuan keuangan usaha.

METODE PELAKSANAAN

Khalayak sasaran pengabdian masyarakat ini tentu saja adalah UMKM Jihan Cakery yang merupakan Mitra dari pengabdian ini. Pelaksanaan Pengabdian ini tentu saja melibatkan beberapa pihak yaitu UMKM Jihan Cakery sebagai mitra pengabdian dan Dosen serta Mahasiswa dari Politeknik Negeri Medan sebagai pelaksana pengabdian. Melalui kegiatan pengabdian ini diharapkan wawasan dan keterampilan serta penggunaan peralatan dan pengetahuan yang baru pada UMKM Jihan Cakery menjadi lebih baik dan lebih produktif. Dalam pelaksanaan memenuhi kebutuhan mitra dalam pemanfaatan teknologi digital seperti sistem informasi berbasis web, penggunaan media sosial dan *e-commerce*, sistem manajemen pelanggan, pembukuan serta penyediaan perangkat modem internet dan printer untuk memaksimalkan operasional mitra pengabdian.

Dalam tahapan pengabdian awalnya dilakukan analisis masalah pada mitra UMKM Jihan Cakery bersama tim pengabdian dari Politeknik Negeri Medan. Setelah dilakukan analisis masalah dan ditemukan apa saja permasalahan yang dimiliki oleh UMKM Jihan Cakery. Tahapan selanjutnya adalah mengidentifikasi permasalahan yang dimiliki oleh mitra untuk dirancang dan diberikan Solusi melalui tahapan identifikasi kebutuhan alat dan metode implementasi yang akan diberikan kepada UMKM Jihan Cakery. Selanjutnya tahapan perancangan, pembuatan sistem informasi berbasis web yang dikerjakan di Lab. Komputer milik Politeknik Negeri Medan oleh tim pengabdian. Setelah semua selesai dibangun kemudian dilakukan serah terima sistem, alat dan pelatihan terhadap UMKM Jihan Cakery untuk penggunaan dan penerapan yang telah dibuat oleh tim pengabdian. Dan akan diberikan pendampingan selama 1 bulan hingga UMKM Jihan Cakery dapat memanfaatkan teknologi tersebut dengan baik tanpa kendala.



Gambar 1. Perencanaan Metodologi Pelaksanaan Pengabdian

HASIL, PEMBAHASAN, DAN DAMPAK

Setelah kegiatan dilaksanakan, diperoleh sejumlah hasil positif baik dari sisi teknologi, manajemen, maupun peningkatan kapasitas sumber daya manusia. Hasil tersebut dapat dijabarkan sebagai berikut:

1. Peningkatan dalam Aspek Teknologi dan Sistem Informasi
UMKM Jihan Cakery kini memiliki website mandiri yang berfungsi sebagai katalog digital dan media promosi daring. Dengan website tersebut, pelanggan dapat mengakses informasi produk secara langsung tanpa harus meminta daftar produk manual. Hal ini meningkatkan citra profesional dan mempermudah proses transaksi.
2. Penerapan Sistem Pembukuan Digital
Pemilik usaha mulai beralih dari pencatatan manual ke sistem digital. Laporan keuangan dapat dibuat secara otomatis, sehingga waktu dan potensi kesalahan pencatatan dapat diminimalkan.

3. Peningkatan Kompetensi Pemasaran Digital Melalui pelatihan yang diberikan, pemilik dan karyawan UMKM memahami pentingnya strategi promosi digital. Setelah pelatihan, mereka mulai aktif mengunggah konten promosi di media sosial dan memanfaatkan fitur periklanan berbayar.
4. Efisiensi Operasional Usaha Dengan dukungan perangkat keras (modem dan printer), kegiatan administrasi dan pemasaran dapat dilakukan lebih cepat dan efisien. Proses pembuatan nota penjualan dan laporan kini dapat diselesaikan dalam waktu yang lebih singkat.

Secara umum, kegiatan ini memberikan transformasi digital nyata pada sistem operasional dan promosi usaha mitra. Dampaknya dapat dirasakan langsung melalui peningkatan profesionalitas pengelolaan usaha serta perluasan jangkauan pemasaran produk.

Tahap Evaluasi dan Komparasi Hasil

Untuk mengukur tingkat keberhasilan kegiatan, dilakukan evaluasi kualitatif dan kuantitatif dengan membandingkan kondisi mitra sebelum dan sesudah kegiatan.

Tabel 1. Komparasi Kondisi Mitra Sebelum dan Sesudah Kegiatan.

No	Aspek yang Dinilai	Sebelum Kegiatan	Sesudah Kegiatan	Perubahan/Perkembangan
1	Pengelolaan Produk	Katalog produk dibuat manual dan dibagikan ke pelanggan satu per satu	Website katalog digital dapat diakses secara online oleh pelanggan	Efisiensi promosi meningkat, akses informasi produk lebih luas
2	Pencatatan Keuangan	Menggunakan buku tulis tanpa laporan terstruktur	Menggunakan sistem pembukuan digital otomatis	Akurasi laporan meningkat, analisis keuangan lebih mudah
3	Pemasaran Digital	Promosi hanya melalui pesan pribadi dan status media sosial	Aktif menggunakan media sosial dan konten promosi digital	Jangkauan pasar meningkat hingga 40%
4	Sumber Daya Manusia	Belum memahami strategi digital marketing	Telah mengikuti pelatihan dan mampu mengelola promosi online	Kompetensi SDM meningkat secara signifikan
5	Sarana Pendukung	Tidak memiliki perangkat pendukung internet dan cetak	Telah menerima modem dan printer dari tim.	Aktivitas administrasi dan digitalisasi lebih lancar

KESIMPULAN

Adapun kesimpulan dari kegiatan ini, penerapan sistem informasi dan digital marketing berhasil meningkatkan efisiensi pengelolaan usaha dan efektivitas promosi produk pada UMKM Jihan Cakery. Mitra telah memiliki kemampuan dasar dalam mengoperasikan sistem informasi dan melakukan promosi digital melalui media sosial. Kegiatan ini memberikan dampak positif berupa peningkatan kinerja usaha, pengelolaan keuangan yang lebih baik, serta perluasan jangkauan pemasaran produk.

DAFTAR PUSTAKA

- A. Wijanarko¹ and I. Susila², “FAKTOR KUNCI KEBERHASILAN UMKM KREATIF KEY SUCCESS FACTORS OF SMALL AND MEDIUM ENTREPRISES” 2016.
- Budiarto, R., Putero, S. H., Suyatna, H., & Astuti, P. (2021). *Pengembangan UMKM: Antara konseptual dan pengalaman praktis*. UGM Press.
- Eka Arifa R, “Yogyakarta-Karang Taruna data UMKM,” Apr. 10, 2022.
- Efilia, R. Y., Putri, S. A., Riskiyana, S., Azizah, A. N., & Saridawati. (2024, Kumalasari, Gitta Putri, “USAHA CEMILAN JAJAN PEDAS DENGAN BERBAHAN DASAR LOMPONG DAN BAHAN LOKAL STUDI PADA UMKM DI BLITAR.” Diss. Universitas Muhammadiyah Malang, 2023.
- Hardimanto, Z. Z., Azzahra, R. S., Ramadhan, N. A. M., & Amalina, F. N. (2024). Analisis determinan penyerapan tenaga kerja UMKM di Indonesia: peran PDB UMKM, suku bunga, dan upah minimum. *Jurnal Ilmiah Manajemen, Bisnis dan Kewirausahaan*.
- Janah, U. R. N., & Tampubolon, F. R. S. (2025). *Peran Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah dalam pertumbuhan ekonomi: Analisis kontribusi sektor UMKM terhadap pendapatan nasional di Indonesia*. PENG: Jurnal Ekonomi dan Manajemen.
- Kholifah, A. N., & Andini, C. T. (2024). *Peran UMKM terhadap perekonomian di Indonesia*. Mufakat: Jurnal Ekonomi, Manajemen dan Akuntansi.
- P. Strategi *et al.*, “Seminar Nasional dan Call for Paper 2017 Strategi Pengembangan Sumber Daya Manusia Melalui Publikasi Jurnal Ilmiah dalam Menyikapi Permenristekdikti RI No PENGARUH STRATEGI PEMASARAN ONLINE TERHADAP PENINGKATAN LABA UMKM,” 2017.
- R. Syahputra, S. Tinggi, I. Ekonomi, L. Batu, and S. Utara, “STRATEGI PEMASARAN DALAM ALQURAN TENTANG PROMOSI PENJUALAN” 2019.

- S. Tinggi, I. Ekonomi, A.-W. Sibolga, M. M. Bate', and P. Nasional, "Pengaruh Media Sosial Terhadap Keputusan Pembelian Di Toko Kaos Nias Gunungsitoli, *Jurnal Ekonomi & Ekonomi Syariah*, vol. 2, no. 2, 2019.
- Situngkir, J., Harahap, L. M., Wijay, R. A., Simanungkalit, N. A., & Abdillah, A. I. (2025, April 9). *Peran UMKM dalam mendorong pertumbuhan ekonomi Indonesia*. PESTEL Management and Marketing Journal.
- Widayati, T. (2025). *Keberlanjutan UMKM di Indonesia: Strategi dan implementasi*. KBM Indonesia.