

Digital Marketing Dan Penerapan Sistem Informasi Keuangan Pada UMKM Kue Kering Salju Medan Helvetia, Kota Medan, Sumatera Utara

**Zakaria Sembiring¹, Ajulio Padly Sembiring², Suci Khairani³, Lamtiur Sinambela⁴,
Kadri Yusuf⁵**

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

Email : ajuliosembiring@polmed.ac.id

ABSTRAK

Kegiatan ini dilaksanakan pada UMKM *Kue Kering Salju* dengan tujuan untuk membantu proses digitalisasi usaha melalui penerapan teknologi informasi. Sebelum pelaksanaan, sistem manajemen operasional, pembukuan keuangan, dan tata kelola masih dilakukan secara konvensional sehingga membutuhkan banyak tenaga kerja dan waktu. Melalui kegiatan ini, tim telah berhasil mengembangkan dan menyerahkan sebuah website mandiri yang dapat dikelola langsung oleh mitra. Website tersebut berfungsi sebagai media promosi digital, katalog produk, serta sarana pengelolaan pelanggan. Selain pembuatan website, kegiatan ini juga meliputi pelatihan penggunaan sistem, pembukuan digital, serta pelatihan digital marketing agar mitra mampu memanfaatkan teknologi secara mandiri dan berkelanjutan. Tim pengabdian juga memberikan perangkat pendukung (*hardware*) untuk menunjang aktivitas digitalisasi usaha. Hasil dari kegiatan menunjukkan adanya peningkatan pengetahuan dan keterampilan mitra dalam penggunaan teknologi informasi, peningkatan efisiensi dalam pengelolaan usaha, serta perluasan jangkauan pemasaran produk. Dengan demikian, penerapan teknologi digital pada UMKM *Kue Kering Salju* terbukti mampu memberikan dampak positif terhadap peningkatan omset dan kesejahteraan mitra serta karyawan yang terlibat.

Kata kunci: UMKM, Digitalisasi, Pembukuan Digital, Pemasaran Digital

ABSTRACT

This community service activity was carried out at the Salju Kue Kering MSME with the aim of assisting the business digitization process through the application of information technology. Prior to implementation, the operational management system, financial accounting, and governance were still carried out conventionally, requiring a lot of manpower and time. Through this activity, the service team has successfully developed and delivered an independent website that can be managed directly by partners. The website serves as a digital promotional medium, product catalog, and customer management tool. In addition to creating the website, this activity also included training on system usage, digital bookkeeping, and digital marketing so that partners could utilize technology independently and sustainably. The community service team also provided supporting hardware to support business digitalization activities. The results of the activity showed an increase in the partners' knowledge and skills in using information technology, increased efficiency in business management, and expanded product marketing reach. Thus, the application of digital technology in the Salju Kue Kering SME has proven to have a positive impact on increasing the turnover and welfare of the partners and employees involved.

Keywords: SME, digitization, digital bookkeeping, digital marketing

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

PENDAHULUAN

Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah (UMKM) memiliki peran strategis dalam perekonomian Indonesia. Berdasarkan data Kementerian Koperasi dan UKM, lebih dari 99% total unit usaha di Indonesia adalah UMKM, yang menyumbang sekitar 61% Produk Domestik Bruto (PDB) nasional serta menyerap 97% tenaga kerja (Bisnis.com, 2025). Selain itu, pada tahun 2025, nilai potensi bisnis UMKM diproyeksikan mencapai US\$130 miliar atau sekitar Rp2.194 triliun, menegaskan posisi UMKM sebagai pilar utama penggerak ekonomi nasional (Bisnis.com, 2025). Namun demikian, UMKM juga menghadapi tantangan yang tidak ringan. Perubahan regulasi melalui Peraturan Pemerintah No. 7 Tahun 2021, yang merupakan turunan dari UU Cipta Kerja, telah mengatur ulang batas modal dan omzet usaha untuk klasifikasi mikro, kecil, dan menengah. Penyesuaian ini memang membuka peluang bagi lebih banyak usaha memperoleh fasilitas UMKM, tetapi juga menimbulkan heterogenitas yang semakin besar di kalangan UMKM. Konsekuensinya, penyusunan kebijakan maupun program pemberdayaan memerlukan perencanaan yang lebih cermat agar tepat sasaran (UKMindonesia.id, 2024).

Di sisi lain, era digital serta tuntutan global memaksa UMKM segera melakukan transformasi digital. Pemerintah Indonesia menargetkan percepatan digitalisasi UMKM melalui program onboarding ke platform e-commerce, literasi keuangan digital, hingga fasilitasi pembiayaan melalui fintech peer-to-peer lending. Langkah ini penting untuk meningkatkan daya saing UMKM tidak hanya di pasar domestik, tetapi juga internasional (Olsera, 2025). Berdasarkan uraian tersebut, jelas bahwa UMKM berada pada posisi yang sangat penting sekaligus rentan. Potensi kontribusi besar terhadap ekonomi nasional perlu diimbangi dengan strategi pemberdayaan yang adaptif terhadap dinamika regulasi, digitalisasi, dan perubahan pasar. Oleh karena itu, kajian lebih lanjut tentang kondisi aktual UMKM, tantangan, serta strategi penguatan menjadi penting untuk memastikan UMKM dapat tumbuh berkelanjutan dan berdaya saing di era ekonomi digital.

UMKM Kue Kering Salju merupakan salah satu usaha mikro yang bergerak dalam bidang kuliner yang memproduksi makanan kue kering olahan dari bahan premium dan diproduksi dengan skala kecil, usaha Kue Kering Salju sendiri beralamat di Jalan. Melati Raya No.2 Helvetia, Medan Helvetia, Kota Medan, Sumatera Utara. Usaha ini dimiliki oleh seorang ibu yang bernama Adibah Azzahra Lubis 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) 0215011110624, mitra pengabdian telah melakukan produksi menggunakan peralatan yang cukup lengkap hingga ke pengemasan, apapun kelebihan dari

produk Kue Kering Salju dibandingkan dengan produk sejenis adalah Kue Kering Salju menggunakan bahan baku tepung premium yang dijamin kesegaran dan kebersihan, hal ini dibuktikan dengan telah terbitnya sertifikat halal untuk produk-produk yang di produksi oleh mitra pengabdi.



Gambar 1. Dokumentasi Pelaksanaan PKM kepada mitra

UMKM Kue Kering Salju telah beroperasi sejak tahun 2019, namun hingga kini pemasaran produk mereka masih terbatas pada area sekitar saja. Hal ini disebabkan oleh strategi promosi yang masih mengandalkan metode konvensional, sehingga laju perkembangan usaha mitra terbilang lambat dan belum mampu naik ke level usaha berikutnya. Sejumlah faktor penting dapat diterapkan untuk meningkatkan keberhasilan UMKM, seperti memanfaatkan media sosial dalam promosi serta berpartisipasi dalam berbagai pameran atau event (Eka Arifa R, 20232). Kegiatan pemasaran sendiri meliputi aktivitas penjualan, periklanan, promosi, hingga penentuan harga (P. Strategi et al, 2017).

Melalui program pengabdian kepada masyarakat ini, diharapkan dapat membantu mengoptimalkan pemanfaatan teknologi digital untuk mendukung pertumbuhan UMKM Kue Kering Salju agar dapat naik kelas. Selain itu, kegiatan ini juga akan memberikan solusi terkait tata kelola usaha dan pembukuan keuangan agar lebih tertata dibanding sebelumnya. Saat ini tersedia berbagai teknologi yang dirancang untuk membantu UMKM dalam memasarkan produknya, salah satunya dengan menggunakan media sosial. Media sosial menjadi platform yang banyak digunakan konsumen untuk membagikan informasi dalam bentuk teks, gambar, audio, maupun video (M. M. Bate & P. Nasional, 2019).

Berdasarkan pengamatan dari hasil wawancara dengan mitra yang dituangkan dalam analisis situasi serta komunikasi yang dilakukan dengan wawancara kepada Pemilik usaha UMKM Kue Kering Salju, 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 Kue Kering Salju.
3. Belum tersedianya sebuah teknologi digital dalam manajemen pengelolaan usaha seperti manajemen pelanggan dan manajemen karyawan.
4. Belum tersedianya pembukuan digital untuk mengatasi kesalahan dalam pembukuan keuangan usaha.

METODE PELAKSANAAN

Kegiatan pengabdian ini melibatkan mitra pengabdian yaitu Mitra Koperasi. Metode pendekatan yang digunakan untuk menyelesaikan permasalahan yang dialami oleh mitra adalah pendekatan User Centered Design (Felani, 2021). Pendekatan ini dilakukan untuk memfasilitasi pengguna agar dapat menerapkan apa yang mereka inginkan. Aktivitas ini dilakukan meliputi kebutuhan pengguna, pelaksanaan pemenuhan kebutuhan pengguna, serta pelatihan kepada pengguna.

Dalam rangka melaksanakan pengabdian kepada masyarakat ini, terdapat tahapan-tahapan yang dilakukan sebagaimana yang disajikan pada Gambar 2.



Gambar 2. Diagram Fishbone Tahapan Pengabdian Kepada Masyarakat

Berdasarkan Gambar 3, pengabdian kepada masyarakat yang akan dilakukan terdiri atas 4 (empat) tahapan kerja. Tahapan kerja yang dimaksud adalah sebagai berikut:

1. Analisis Masalah

Melakukan survey ke lokasi mitra, untuk meninjau langsung dengan mitra dan membahas hal-hal yang dibutuhkan mitra sesuai dengan kebutuhan masyarakat, serta melakukan studi literatur terhadap permasalahan mitra.

2. Persiapan

Melakukan koordinasi dengan tim dalam pembagian materi dan pendampingan yang akan diberikan kepada mitra, pada tahap ini masing-masing anggota tim juga membuat materi yang akan disampaikan pada saat pendampingan, perancangan sistem, pembangunan sistem, serta instalasi sistem. Serta mempersiapkan form seperti untuk pengisian presensi kehadiran peserta dan form evaluasi / *feedback* dari peserta terhadap pelatihan yang diberikan.

3. Pelaksanaan / Pelatihan

Tim melakukan pendampingan penggunaan sistem pendataan kepada mitra, dan setiap kelompok usaha – usaha lainnya yang terlibat didalamnya, selain itu tim juga melakukan pendampingan terhadap admin yang ditunjuk oleh mitra untuk melakukan manajemen data. Tim juga melakukan instalasi modem pendukung untuk memudahkan pelaksanaan kegiatan mitra.

4. Evaluasi dan hasil

Melakukan evaluasi dari hasil pendampingan, penilaian terhadap ilmu yang diberikan, pendampingan dan pelayanan yang diberikan, serta dampak yang dihasilkan dari pelatihan yang diberikan kepada mitra. Selanjutnya tim akan mengupload video pelatihan dan mempublish artikel di media masa online serta artikel di jurnal pengabdian. Tahap terakhir tim akan melakukan pembuatan laporan.

HASIL, PEMBAHASAN, DAN DAMPAK

Tahap pelaksanaan dilaksanakan selama beberapa minggu di lokasi UMKM *Kue Kering Salju* dengan kegiatan utama sebagai berikut:

1. Pembuatan dan Instalasi *Website* Mandiri Tim mengembangkan *website* dengan domain dan *hosting* yang dapat dikelola langsung oleh mitra. Fitur utama meliputi:
 - a. Halaman profil usaha dan katalog produk.
 - b. Fitur manajemen pelanggan dan pesanan.
 - c. *Dashboard* sederhana untuk laporan penjualan.*Website* kemudian diserahkan dan diinstal pada perangkat mitra disertai pelatihan penggunaan.

2. Pelatihan Pembukuan Digital Mitra diberikan pelatihan penggunaan aplikasi pembukuan sederhana berbasis *spreadsheet* dan *cloud storage* agar pencatatan keuangan lebih rapi, transparan, dan mudah dievaluasi.
3. Pelatihan Digital Marketing difokuskan pada strategi pemasaran melalui media sosial dan optimalisasi website menggunakan *Search Engine Optimization (SEO)* sederhana. Materi mencakup pembuatan konten, penjadwalan posting, serta analisis hasil promosi.
4. Penyerahan Perangkat Pendukung (*Hardware*) Tim pengabdian memberikan satu unit laptop dan peralatan jaringan modem/router) untuk mendukung kegiatan digitalisasi usaha sehari-hari.

Setelah seluruh rangkaian kegiatan dilaksanakan, diperoleh beberapa hasil signifikan sebagai berikut:

1. *Website* UMKM Kue Kering Salju telah aktif dan menampilkan katalog produk secara menarik dengan tampilan yang responsif.
2. Mitra mampu mengelola *website* secara mandiri, termasuk mengunggah produk baru dan memperbarui informasi harga.
3. Sistem pembukuan digital telah berjalan, dengan pencatatan pemasukan dan pengeluaran harian menjadi lebih teratur.
4. Peningkatan keterampilan digital marketing terlihat dari kemampuan mitra membuat konten promosi dan memanfaatkan media sosial untuk menarik pelanggan baru.
5. Efisiensi operasional meningkat, karena sebagian pekerjaan administrasi kini dapat dilakukan dengan lebih cepat melalui sistem digital.

Dari hasil wawancara pasca kegiatan, pemilik UMKM menyatakan bahwa penjualan meningkat sekitar 25% dibandingkan sebelum penerapan sistem digital. Selain itu, beban kerja administrasi menurun karena pencatatan keuangan dan pengelolaan pesanan menjadi lebih mudah.

Tabel 1. Perbandingan Kondisi Mitra Sebelum dan Sesudah Kegiatan

Aspek yang Dinilai	Sebelum Kegiatan	Sesudah Kegiatan	Keterangan Perubahan
Promosi Produk	Hanya melalui media sosial pribadi	Melalui website dan media sosial terintegrasi	Jangkauan pasar meningkat
Pembukuan Keuangan	Manual (buku tulis)	Digital menggunakan <i>spreadsheet</i> berbasis <i>cloud</i>	Lebih rapi dan efisien
Pengelolaan	Tidak terdata secara	Tersedia database	Dapat mengelola

Pelanggan	sistematis	pelanggan di website	pelanggan berulang
Omzet Penjualan	± Rp 2.000.000/bulan	± Rp 4.000.000/bulan	Naik sekitar 50%
Keterampilan Digital	Rendah	Cukup tinggi (mandiri dalam update website)	Peningkatan signifikan
Kebutuhan SDM Administrasi	3 orang	2 orang	Efisiensi tenaga kerja 33%

Dari hasil evaluasi di atas, dapat disimpulkan bahwa kegiatan pengabdian memberikan dampak positif yang nyata terhadap peningkatan kapasitas digital dan produktivitas UMKM *Kue Kering Salju*.

KESIMPULAN

Adapun kesimpulan dari kegiatan ini adalah pelaksanaan kegiatan pada UMKM *Kue Kering Salju* berjalan dengan baik dan mencapai seluruh target yang direncanakan. *Website* mandiri, sistem pembukuan digital, dan pelatihan *digital marketing* telah berhasil diterapkan dan dimanfaatkan oleh mitra. Mitra mengalami peningkatan efisiensi operasional serta kemampuan dalam pengelolaan usaha secara digital. Diharapkan omzet penjualan meningkat sekitar 25% setelah penerapan sistem digital. Digitalisasi terbukti mendukung peningkatan daya saing dan profesionalitas UMKM dalam menghadapi era ekonomi digital.

DAFTAR PUSTAKA

- A. Wijanarko¹ and I. Susila², “FAKTOR KUNCI KEBERHASILAN UMKM KREATIF KEY SUCCESS FACTORS OF SMALL AND MEDIUM ENTREPRISES” 2016.
- Bisnis.com. (2025, April 24). Kemendag sebut potensi bisnis UMKM capai Rp2.194 triliun di 2025. *Bisnis.com*. <https://ekonomi.bisnis.com/read/20250424/12/1871846/kemendag-sebut-potensi-bisnis-umkm-capai-rp2194-triliun-di-2025>
- Eka Arifa R, “Yogyakarta-Karang Taruna data UMKM,” Apr. 10, 2022.
- Kumalasari, Gitta Putri, “USAHA CEMILAN JAJAN PEDAS DENGAN BERBAHAN DASAR LOMPONG DAN BAHAN LOKAL STUDI PADA UMKM DI BLITAR.” Diss. Universitas Muhammadiyah Malang, 2023.
- Olsera. (2025). Intip program pemerintah untuk UMKM yang berlaku di 2025. *Olsera Blog*. <https://www.olsera.com/id/blog/intip-program-pemerintah-untuk-umkm-yang-berlaku-di-2025/1058>
- Paper.id. (2025). Kebijakan PPh terbaru untuk UMKM: Masa berlaku diperpanjang hingga akhir 2025. *Paper Blog*. <https://www.paper.id/blog/smb/kebijakan-pph-terbaru>
- Pemerintah Republik Indonesia. (2021). Peraturan Pemerintah Republik Indonesia Nomor 7 Tahun 2021 tentang Kemudahan, Perlindungan, dan Pemberdayaan Koperasi dan Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah. *Lembaran Negara RI Tahun 2021 No.11*.
- 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.

UKMindonesia.id. (2024). Apa itu UMKM? Ini definisi dan kriteria UMKM terbaru menurut PP No.7/2021. *UKMindonesia.id*. <https://ukmindonesia.id/baca-deskripsi-posts/apa-itu-umkm-ini-definisi-dan-kriteria-umkm-terbaru-menurut-peraturan-pemerintah-no-7-tahun-2021>