

	Jurnal Ilmiah MADIYA Masyarakat Mandiri Berkarya	
	Vol. 7 No. 1, Mei 2026: 379-388	E-ISSN: 2775-779X

Upaya Peningkatan Pendapatan Pada Usaha Mikro "Dapur Jeges" Melalui Penggunaan Alat Produksi dan Pemasaran Melalui Media Digital

Efni Siregar¹, Nursiah², Vivianti Novita³, Ika Mary Pasaribu⁴, Virdyra Tasril⁵

^{1,2,3,4}Jurusan Adm. Niaga, Politeknik Negeri Medan, Indonesia

⁵Jurusan Teknik Komputer dan Informatika, Politeknik Negeri Medan

E-mail: efnisiregar@polmed.ac.id¹, nursiah@polmed.ac.id², viviantinovita@polmed.ac.id³, ikamary@polmed.ac.id⁴, virdyra@polmed.ac.id⁵

Abstrak

Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah (UMKM) memiliki peran penting dalam meningkatkan perekonomian masyarakat, namun masih menghadapi berbagai kendala, seperti rendahnya efisiensi produksi, belum optimalnya pemanfaatan pemasaran digital, serta lemahnya tata kelola keuangan. Permasalahan tersebut juga dialami oleh usaha mikro **Dapur Jeges** di Medan Krio, Kecamatan Sunggal, Kabupaten Deli Serdang, Sumatera Utara. Kegiatan Pengabdian kepada Masyarakat ini bertujuan untuk meningkatkan produktivitas usaha, memperkuat pemasaran digital, serta meningkatkan kemampuan pengelolaan keuangan mitra. Metode pelaksanaan menggunakan pendekatan **Participatory Rural Appraisal (PRA)** yang meliputi identifikasi kebutuhan, implementasi teknologi tepat guna, pelatihan digital marketing, pelatihan pembukuan keuangan sederhana, pendampingan, monitoring, dan evaluasi. Implementasi program dilakukan melalui penyediaan alat pengupas kentang untuk meningkatkan efisiensi proses produksi, pelatihan pemanfaatan media sosial sebagai sarana pemasaran digital, serta pelatihan penyusunan pembukuan keuangan sederhana. Hasil kegiatan menunjukkan bahwa penggunaan alat pengupas kentang mampu meningkatkan efisiensi proses produksi, sedangkan pelatihan digital marketing meningkatkan kemampuan mitra dalam mengelola media sosial sebagai media promosi serta menghasilkan konten pemasaran untuk berbagai produk, termasuk keripik kentang, bawang goreng, dan jus terapi kesehatan. Selain itu, pelatihan pembukuan sederhana meningkatkan pemahaman mitra tentang pencatatan transaksi keuangan sebagai dasar pengelolaan usaha. Program pengabdian ini memberikan dampak positif terhadap peningkatan kapasitas usaha melalui integrasi teknologi tepat guna, pemasaran digital, dan penguatan tata kelola keuangan sehingga mendukung keberlanjutan pengembangan usaha mikro.

Kata kunci: digital marketing; pembukuan keuangan; teknologi tepat guna; UMKM; pemberdayaan masyarakat.

Abstract

Micro, Small, and Medium Enterprises (MSMEs) play a significant role in supporting the local economy; however, many still encounter challenges related to production efficiency, digital marketing, and financial management. These issues were also identified at Dapur Jeges, a home-based food enterprise located in Medan Krio, Sunggal District, Deli Serdang Regency, North Sumatra. This community service program aimed to improve business productivity, strengthen digital marketing capabilities, and enhance the partner's financial management capacity. The program adopted a Participatory Rural Appraisal (PRA) approach consisting of needs assessment, implementation of appropriate technology, digital marketing training, basic bookkeeping training, mentoring, monitoring, and evaluation. Appropriate technology was introduced by providing a potato-peeling machine to improve production efficiency, followed by practical training in social media-based digital marketing and basic financial bookkeeping. The results indicate that the potato-peeling machine improved production efficiency, while the digital marketing training enhanced the partner's ability to utilize social media as a promotional platform and develop marketing content for various products, including potato chips, fried shallots, and healthy juice beverages. In addition, the bookkeeping training improved the partner's understanding of financial transaction recording and basic financial reporting to support business decision-making. Overall, the program successfully strengthened the partner's business capacity through the integration of appropriate production technology, digital marketing, and financial management, thereby contributing to the long-term sustainability and competitiveness of the micro-enterprise.

Keywords: *appropriate technology; community empowerment; digital marketing; financial management; micro, small, and medium enterprises (MSMEs).*

¹ Corresponding author:

E-mail address: efnisiregar@polmed.ac.id

© 2026 Author(s). All rights reserved

1. Pendahuluan

Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah (UMKM) merupakan salah satu sektor strategis yang menopang perekonomian Indonesia. Berdasarkan data **Kementerian Koperasi dan UKM Republik Indonesia (2024)**, UMKM berkontribusi lebih dari **61% terhadap Produk Domestik Bruto (PDB)** dan menyerap sekitar **97% tenaga kerja nasional**, sehingga keberlanjutan sektor ini berperan penting dalam menjaga stabilitas ekonomi nasional. Kontribusi tersebut menunjukkan bahwa peningkatan kapasitas UMKM tidak hanya berdampak pada kesejahteraan pelaku usaha, tetapi juga berkontribusi terhadap penciptaan lapangan kerja, pengurangan kemiskinan, dan pertumbuhan ekonomi daerah (Kementerian Koperasi dan UKM RI, 2024).

Salah satu kelompok UMKM yang berpotensi berkembang adalah industri rumah tangga (*home industry*) di sektor pangan olahan. Industri ini mampu menciptakan nilai tambah bagi komoditas pertanian sekaligus membuka peluang kerja berbasis keluarga. Franky et al. (2018) menjelaskan bahwa lebih dari 90% aktivitas kewirausahaan di Indonesia berkembang melalui usaha rumah tangga sehingga penguatan kapasitas usaha mikro menjadi bagian penting dalam pembangunan ekonomi masyarakat. Namun demikian, sebagian besar industri rumah tangga masih menghadapi keterbatasan teknologi produksi, keterampilan manajerial, serta akses pemasaran, sehingga produktivitas usaha belum berkembang secara optimal.

Kondisi tersebut juga ditemukan pada industri mikro dan kecil di Provinsi Sumatera Utara yang didominasi oleh sektor pengolahan makanan dan minuman. Perkembangan UMKM di Provinsi Sumatera Utara menunjukkan potensi yang besar, terutama pada sektor industri mikro dan kecil yang didominasi oleh usaha makanan dan minuman. Menurut **Badan Pusat Statistik Provinsi Sumatera Utara (2024)**, sektor industri mikro masih menghadapi keterbatasan dalam penggunaan teknologi produksi, pemasaran digital, dan akses pembinaan usaha, sehingga diperlukan program pendampingan yang mampu meningkatkan produktivitas serta daya saing pelaku usaha. Transformasi digital telah mengubah pola pemasaran UMKM secara signifikan. Media sosial, *marketplace*, dan berbagai platform digital memberikan peluang bagi pelaku usaha untuk memperluas jangkauan pasar dengan biaya promosi yang relatif lebih rendah. Kondisi tersebut menunjukkan bahwa peningkatan produktivitas UMKM di Sumatera Utara masih menjadi tantangan yang perlu mendapatkan perhatian.

Salah satu faktor yang menentukan daya saing UMKM adalah kemampuan meningkatkan produktivitas melalui pemanfaatan teknologi produksi yang lebih efisien. Berbagai penelitian internasional menunjukkan bahwa keberhasilan transformasi digital UMKM dipengaruhi oleh kemampuan organisasi dalam mengadopsi teknologi serta mengintegrasikan teknologi tersebut ke dalam proses bisnis. **González-Varona et al. (2024)** menjelaskan bahwa *digital transformation capability* menjadi kompetensi organisasi yang berperan penting dalam meningkatkan inovasi, produktivitas, dan daya saing UMKM. Sementara itu, **Ratten (2023)** menegaskan bahwa transformasi digital tidak hanya berkaitan dengan penggunaan teknologi, tetapi juga perubahan pola pikir kewirausahaan, pengembangan sumber daya manusia, serta kemampuan organisasi dalam beradaptasi terhadap perubahan lingkungan bisnis. Dengan demikian, penggunaan teknologi tepat guna menjadi salah satu alternatif solusi dalam meningkatkan efisiensi usaha mikro.

Selain peningkatan produktivitas, perkembangan teknologi informasi telah mengubah cara UMKM memasarkan produk kepada konsumen. Menurut **Chaffey (2022)**, digital marketing memungkinkan usaha kecil membangun hubungan dengan pelanggan melalui komunikasi yang lebih efektif, biaya promosi yang efisien, serta analisis perilaku konsumen secara lebih akurat. Sejalan dengan itu, **Kotler et al. (2021)** menegaskan bahwa konsep *Marketing 5.0* menempatkan teknologi sebagai sarana untuk menciptakan

pengalaman pelanggan yang lebih personal sehingga meningkatkan nilai tambah produk dan daya saing usaha, meskipun demikian, tingkat adopsi teknologi digital pada UMKM masih relatif rendah. Banyak pelaku usaha yang belum mampu memanfaatkan media sosial sebagai media pemasaran yang terencana. **Rahmawati et al. (2025)** menjelaskan bahwa kompetensi digital berpengaruh terhadap kemampuan UMKM dalam meningkatkan visibilitas produk dan penjualan. Hasil *systematic literature review* yang dilakukan oleh **Nuseir (2023)** juga menunjukkan bahwa adopsi digital marketing berpengaruh positif terhadap peningkatan kinerja usaha, loyalitas pelanggan, serta pertumbuhan UMKM. Oleh karena itu, kemampuan digital marketing telah menjadi salah satu kompetensi yang harus dimiliki oleh pelaku UMKM agar mampu bersaing di era ekonomi digital.

Di samping aspek produksi dan pemasaran, tata kelola keuangan merupakan faktor penting yang menentukan keberlanjutan usaha mikro. Permasalahan lain yang masih banyak dihadapi usaha mikro adalah lemahnya tata kelola keuangan. Sebagian besar pelaku usaha belum melakukan pencatatan transaksi secara sistematis sehingga sulit mengetahui kondisi keuangan usaha secara akurat. Tidak adanya pemisahan keuangan usaha dan keuangan pribadi menyebabkan pelaku usaha mengalami kesulitan dalam menghitung laba maupun mengendalikan arus kas. Menurut **Suryani dan Rahmawati (2021)**, penerapan pembukuan sederhana memberikan kontribusi positif terhadap peningkatan kinerja UMKM melalui penyediaan informasi keuangan yang lebih akurat. Kondisi tersebut juga didukung oleh penelitian **Ratten (2023)** yang menegaskan bahwa kemampuan manajerial dan tata kelola usaha merupakan bagian penting dari transformasi digital dan keberlanjutan UMKM. Tanpa adanya pembukuan yang baik, pelaku usaha akan mengalami kesulitan dalam mengukur kinerja dan merencanakan pengembangan usaha.

Pemerintah Kota Medan bersama berbagai pemangku kepentingan terus mendorong transformasi digital UMKM melalui berbagai program pemberdayaan dan pelatihan. Kota Medan sebagai pusat perdagangan di Sumatera Utara terus mendorong transformasi digital UMKM melalui berbagai program pelatihan dan kemitraan dengan platform digital. Upaya tersebut menunjukkan bahwa peningkatan kompetensi digital menjadi salah satu strategi utama dalam mendukung UMKM naik kelas serta memperluas akses pasar. Namun demikian, hasil kajian menunjukkan bahwa pemanfaatan media digital oleh sebagian usaha mikro masih belum optimal sehingga diperlukan pendampingan yang berkelanjutan dalam penerapan digital marketing.

Meskipun berbagai program pemberdayaan telah dilaksanakan, tingkat adopsi teknologi digital di kalangan UMKM Kota Medan masih belum merata. Penelitian mengenai digitalisasi UMKM di Kota Medan menunjukkan bahwa masih terdapat kendala berupa rendahnya literasi digital pelaku usaha, belum optimalnya pemanfaatan media sosial sebagai media pemasaran, keterbatasan pembaruan konten digital, serta belum tersedianya basis data UMKM terdigitalisasi secara komprehensif. Kondisi tersebut menyebabkan banyak usaha mikro belum mampu memanfaatkan peluang ekonomi digital secara optimal meskipun infrastruktur teknologi dan akses internet telah tersedia. Oleh karena itu, diperlukan model pemberdayaan yang mampu mengintegrasikan ketiga aspek tersebut secara terpadu.

Salah satu usaha mikro yang menghadapi kondisi tersebut adalah Dapur Jeges yang berlokasi di Medan Krio, Kecamatan Sunggal, Kabupaten Deli Serdang. Permasalahan tersebut juga ditemukan pada usaha mikro **Dapur Jeges** yang berlokasi di Jalan Serayu III Gang Sewu Nomor 174 Medan Krio, Kecamatan Sunggal, Kabupaten Deli Serdang, Sumatera Utara. Berdasarkan hasil survei awal dan wawancara yang dilakukan oleh tim pengabdian, diketahui bahwa usaha yang dimiliki oleh **Ibu Latifah Hanum Harahap** sejak tahun 2000 memproduksi berbagai jenis keripik kentang dan kacang tojin oven tanpa minyak dengan beberapa variasi ukuran kemasan. Produk tersebut telah dipasarkan melalui reseller, Hotel Fave Medan, dan konter Bank Mandiri Taspen sebagai mitra binaan sehingga memiliki potensi pasar yang cukup baik. Meskipun telah memiliki pasar yang relatif stabil, hasil observasi menunjukkan bahwa usaha Dapur Jeges masih menghadapi beberapa kendala utama. Proses pengupasan kentang masih dilakukan secara manual menggunakan pisau sehingga membutuhkan waktu yang relatif lama dan membatasi kapasitas produksi harian. Selain itu, pemanfaatan media sosial sebagai sarana pemasaran belum dilakukan secara optimal karena masih menggunakan akun pribadi, sehingga identitas usaha (*brand identity*), strategi promosi, dan perluasan pasar belum berkembang secara maksimal. Di sisi lain, usaha

juga belum memiliki sistem pembukuan sederhana sehingga pencatatan kas masuk, kas keluar, maupun perhitungan laba usaha belum dilakukan secara teratur. Kondisi tersebut menyebabkan pemilik usaha mengalami kesulitan dalam mengevaluasi perkembangan usaha dan menyusun strategi pengembangan bisnis secara berkelanjutan.

Pada saat Tim Pengabdian melakukan survey awal ke usaha Mikro ‘Dapur Jeges’ sebagai mitra, jalan Serayu 3, gang Sewu no. 174 Medan Krio Sunggal Deli Serdang, dilakukan wawancara awal sehingga memperoleh beberapa data. Mitra bernama Latifah Hanum Harahap adalah pemilik usaha Mikro rumahan yang memproduksi keripik kentang dan kacang tojin oven tanpa minyak. Beliau telah memulai usahanya tanggal 1 Juli 2000 dengan modal awal sebesar Rp. 5.000.000,- (lima juta rupiah). Variasi produk dan ukuran kemasan yang diproduksi mitra dapat dilihat pada Tabel 1.

Tabel 1. Varian dan Ukuran Produk

No	Varian produk	Ukuran (gram)	Harga Jual (Rp)
1	Keripik kentang original	125	30.000
2.	Keripik Kentang pedas	250	40.000
3.	Keripik kentang teri pedas	250	45.000
4.	Keripik kentang teri kacang pedas	250	50.000
5.	Kacang tojin oven tanpa minyak	250	30.000
6.	Kacang tojin oven tanpa minyak	500	60.000

Sumber: Data Diolah Tim PKM dari Dapur Jeges, 2026

Hasil survei awal menunjukkan bahwa proses produksi masih dilakukan secara manual, khususnya pada tahap pengupasan kentang, sehingga membutuhkan waktu lama dan membatasi kapasitas produksi. Selain itu, mitra belum mengoptimalkan media sosial sebagai sarana pemasaran dan belum memiliki pembukuan keuangan yang tertata. Produksi keripik kentang dan kacang tojin dilakukan setiap hari apabila kentang dan kacang yang diperoleh dari pemasok telah tersedia. Untuk memproduksi keripik dibutuhkan kentang merah yang berukuran besar. Sedangkan untuk kacang tojin oven tanpa minyak membutuhkan kacang tanah yang berukuran kecil. Proses produksi dimulai dari pencucian kentang, lalu dikupas kulitnya secara manual dengan pisau, diiris menggunakan mesin pengiris kentang, lalu digoreng, dan selanjutnya dimasukkan kedalam oven. Setelah itu diberi tambahan sesuai dengan varian yang diinginkan sesuai permintaan. Produksi pasti tidak akan dapat dilakukan tanpa ketersediaan bahan baku dari pemasok, dan hal ini dialami Mitra berkali – kali. Selain itu, karena kentang dikupas dengan menggunakan pisau, maka waktu yang dibutuhkan untuk produksi memakan waktu yang relatif lama.



Gambar 1. Mitra dan anggota tim pengabdian

Kondisi tenaga kerja pada usaha Mitra seperti yang dapat dilihat pada tabel 2 berjumlah 4 orang, yang berarti menggunakan tenaga seluruh anggota keluarga Mitra tanpa ada orang lain yang membantu. Pernah Mitra mempekerjakan seseorang untuk membantu proses produksi keripik kentang, tetapi hasil yang diperoleh dianggap mengecewakan, sehingga untuk proses produksi seperti menggoreng dan memanggang saat ini hanya dikerjakan oleh Mitra sendiri.

Tabel 2. Kondisi Tenaga Kerja Mitra

Jenis Tenaga kerja	Jumlah
Juru masak: pemilik	2 orang
Tenaga mengemas	1 orang
Keuangan/Pemilik	1 orang

Penghasilan kotor rata-rata mitra per hari sebesar Rp. 1.500.000, - dengan penjualan produk yang sudah dikemas pada konter Bank Mandiri Taspen jalan Gatot Subroto Medan, karena mitra adalah merupakan binaan dari Bank ini. Selain itu, Mitra secara reguler menjadi pemasok keripik kentang pada Hotel Fave Medan setiap minggunya. Mitra juga menjalin kerja sama dengan beberapa reseller serta melakukan penjualan melalui media sosial Instagram dan Facebook. Walaupun begitu, media sosial yang digunakan Mitra masih berupa akun pribadi. Menurut Rahmawati dkk. (2025), studi empiris terbaru menunjukkan bahwa kompetensi digital sangat penting bagi UMKM makanan untuk bersaing di era ekonomi digital, terutama untuk memperluas jangkauan pasar dan meningkatkan penjualan. Mitra ingin menambah penjualan produk ke hotel lainnya di kota Medan dan juga memperluas wilayah pemasaran. Sehingga diperlukan peningkatan jumlah produk dengan menambah bahan baku kentang dan kacang tanah, serta tambahan peralatan yang dapat mempermudah dan mempercepat proses produksi Keripik kentang dan kacang tojin oven.

Mitra juga tidak membuat pembukuan untuk mengetahui perkembangan keuangan usaha, sehingga uang yang diperoleh dari penjualan tidak dicatat dengan baik pada buku Kas dan buku penjualan. Pengembangan bisnis diperlukan untuk menciptakan nilai jangka panjang sebuah usaha dari konsumen, pasar dan relasi (Anjani dkk., 2017) untuk menghadapi persaingan yang ada. Sehingga, untuk membantu usaha kecil yang mampu berdaya saing maka perlu adanya pendampingan dan pelatihan, yang akhirnya diharapkan usaha mikro ‘Dapur Jeges’ ini dapat terus berkembang dan juga dapat menciptakan lapangan kerja. Berdasarkan permasalahan tersebut, kegiatan PKM ini dirancang untuk memberikan solusi terpadu melalui bantuan alat produksi, pelatihan pemasaran digital, serta pelatihan dan pendampingan pembukuan keuangan usaha kecil. Diharapkan kegiatan ini dapat meningkatkan efisiensi produksi, memperluas jangkauan pemasaran, dan meningkatkan pendapatan mitra.



Gambar 2: Contoh Produk ‘Dapur Jeges’

Ketiga permasalahan tersebut menunjukkan bahwa peningkatan daya saing UMKM memerlukan pendekatan yang bersifat terpadu. Peningkatan kapasitas produksi melalui penggunaan teknologi tepat guna harus diikuti dengan penguatan pemasaran digital dan penerapan tata kelola keuangan yang baik. Ketiga aspek tersebut saling berkaitan dalam membangun keberlanjutan usaha. Penggunaan teknologi produksi akan meningkatkan kapasitas output, pemasaran digital memperluas akses pasar, sedangkan pembukuan sederhana membantu pelaku usaha mengendalikan kondisi keuangan serta merencanakan pengembangan usaha secara lebih terukur (OECD, 2020; Rahmawati et al., 2025; Suryani & Rahmawati, 2021).

Selain kemampuan digital, keberhasilan pengembangan usaha mikro juga dipengaruhi oleh kemampuan pelaku usaha dalam mengelola aspek keuangan dan memanfaatkan teknologi pemasaran secara simultan. Hasil *systematic literature review* yang dilakukan oleh Nuseir (2023) menunjukkan bahwa adopsi digital marketing memberikan pengaruh positif terhadap peningkatan penjualan, loyalitas pelanggan, dan kinerja usaha, terutama apabila didukung oleh literasi keuangan dan kemampuan manajerial yang memadai. Dengan demikian, program pemberdayaan UMKM sebaiknya tidak hanya berfokus pada peningkatan kapasitas produksi, tetapi juga mengintegrasikan penguatan pemasaran digital dan tata kelola keuangan agar menghasilkan dampak yang berkelanjutan.

Berdasarkan kondisi tersebut, Tim Pengabdian kepada Masyarakat Politeknik Negeri Medan melaksanakan program pemberdayaan usaha mikro Dapur Jeges melalui penyediaan **alat pengupas kentang sebagai teknologi tepat guna**, pelatihan **digital marketing** berbasis media sosial, serta pelatihan **pembukuan keuangan sederhana** yang dilanjutkan dengan pendampingan implementasi. Program ini mengintegrasikan peningkatan produktivitas, penguatan pemasaran digital, dan penguatan tata kelola keuangan dalam satu model pemberdayaan berbasis kebutuhan mitra. Pendekatan integratif tersebut diharapkan mampu meningkatkan efisiensi produksi, memperluas jangkauan pemasaran, memperkuat pengelolaan usaha, serta meningkatkan pendapatan dan keberlanjutan usaha mikro secara berkelanjutan.

2. Metode Pelaksanaan

Kegiatan Pengabdian kepada Masyarakat (PKM) ini dilaksanakan pada usaha mikro **Dapur Jeges** yang berlokasi di Jalan Serayu III Gang Sewu No.174, Medan Krio, Kecamatan Sunggal, Kabupaten Deli Serdang, Sumatera Utara. Mitra merupakan usaha rumah tangga yang memproduksi keripik kentang dan kacang tojin oven tanpa minyak. Berdasarkan hasil observasi awal dan wawancara, ditemukan tiga permasalahan utama, yaitu: (1) rendahnya efisiensi proses produksi akibat penggunaan alat pengupas kentang secara manual; (2) belum optimalnya pemanfaatan media digital sebagai sarana pemasaran; dan (3) belum diterapkannya pembukuan keuangan sederhana sehingga perkembangan usaha belum dapat diukur secara sistematis. Oleh karena itu, metode pelaksanaan dirancang menggunakan pendekatan **Participatory Rural Appraisal (PRA)** yang menekankan keterlibatan aktif mitra dalam setiap tahapan kegiatan sehingga solusi yang diberikan sesuai dengan kebutuhan riil usaha.

Pelaksanaan kegiatan dilakukan melalui lima tahapan utama, yaitu identifikasi kebutuhan, implementasi solusi, pendampingan, monitoring, dan evaluasi sebagaimana ditunjukkan pada Gambar 2.



Gambar 2. Tahapan Metode Pelaksanaan Kegiatan
 Sumber: Diolah dengan memanfaatkan Gemini Ai

Tahap 1. Identifikasi Permasalahan dan Analisis Kebutuhan

Tahap pertama diawali dengan kegiatan observasi lapangan, wawancara mendalam, dan diskusi bersama pemilik usaha untuk memperoleh gambaran menyeluruh mengenai kondisi usaha Dapur Jeges. Identifikasi dilakukan terhadap proses produksi, sistem pemasaran, pengelolaan keuangan, penggunaan teknologi, serta potensi pengembangan usaha. Pada tahap ini tim pengabdian juga mengidentifikasi hambatan yang dihadapi mitra, yaitu proses pengupasan kentang yang masih dilakukan secara manual sehingga membutuhkan waktu relatif lama, belum optimalnya pemanfaatan media digital sebagai media promosi, serta belum adanya sistem pembukuan keuangan yang terdokumentasi secara baik. Hasil identifikasi kebutuhan tersebut selanjutnya digunakan sebagai dasar dalam merancang bentuk intervensi dan materi pendampingan yang sesuai dengan karakteristik usaha mitra.

Tahap 2. Implementasi Solusi Melalui Teknologi Tepat Guna dan Pelatihan

Berdasarkan hasil analisis kebutuhan, tahap kedua difokuskan pada implementasi solusi sesuai dengan permasalahan yang dihadapi mitra. Solusi pertama dilakukan melalui penyediaan alat pengupas kentang sebagai teknologi tepat guna untuk meningkatkan efisiensi proses produksi. Tim pengabdian memberikan demonstrasi penggunaan alat, praktik pengoperasian, serta pendampingan agar mitra mampu menggunakan peralatan tersebut secara optimal. Solusi kedua dilakukan melalui pelatihan digital marketing yang bertujuan meningkatkan kemampuan mitra dalam memanfaatkan media sosial sebagai sarana promosi. Materi pelatihan meliputi penyusunan identitas merek (*branding*), optimalisasi akun Instagram Business, teknik fotografi produk menggunakan telepon pintar, pembuatan konten promosi, penyusunan *caption*, penggunaan *hashtag*, serta strategi pemanfaatan fitur Instagram seperti Reels, Story, dan Carousel. Selain itu, mitra juga diperkenalkan dengan pemanfaatan teknologi berbasis Artificial Intelligence (AI) untuk membantu pembuatan konten pemasaran yang lebih menarik dan konsisten. Sebagai bagian dari penguatan tata kelola usaha, tim pengabdian juga menyelenggarakan pelatihan pembukuan keuangan sederhana. Materi yang diberikan mencakup pemisahan keuangan pribadi dan usaha, pencatatan kas masuk dan kas keluar, penyusunan buku kas harian, perhitungan harga pokok produksi, serta penyusunan laporan laba rugi sederhana. Pelatihan dilakukan melalui metode ceramah, diskusi, simulasi kasus, dan praktik langsung menggunakan transaksi yang terjadi pada usaha Dapur Jeges sehingga lebih mudah dipahami dan diterapkan oleh mitra.

Tahap 3. Pendampingan Implementasi Program

Setelah seluruh pelatihan selesai dilaksanakan, kegiatan dilanjutkan dengan tahap pendampingan implementasi. Pada tahap ini tim pengabdian melakukan pembinaan secara langsung kepada mitra selama menjalankan aktivitas usahanya. Pendampingan dilakukan untuk memastikan bahwa alat produksi telah digunakan secara benar, media sosial telah dimanfaatkan sebagai sarana pemasaran, serta pembukuan keuangan telah mulai diterapkan dalam kegiatan operasional usaha. Selain memberikan bimbingan teknis,

tim juga membantu mitra menyusun konten promosi, mengunggah produk ke media sosial, serta mengevaluasi pencatatan transaksi keuangan agar sesuai dengan prinsip pembukuan sederhana.

Tahap 4. Monitoring Program

Monitoring dilakukan secara berkala selama pelaksanaan program untuk mengetahui tingkat keberhasilan implementasi kegiatan. Monitoring difokuskan pada perubahan proses produksi setelah penggunaan alat pengupas kentang, peningkatan aktivitas pemasaran melalui media sosial, serta konsistensi mitra dalam melakukan pencatatan transaksi keuangan. Hasil monitoring digunakan sebagai dasar untuk memberikan masukan dan perbaikan apabila masih ditemukan kendala selama proses implementasi. Pendekatan ini diharapkan mampu memastikan seluruh solusi yang diberikan dapat diterapkan secara berkelanjutan oleh mitra.

Tahap 5. Evaluasi Keberhasilan Program

Tahap terakhir merupakan evaluasi terhadap keseluruhan pelaksanaan program pengabdian. Evaluasi dilakukan dengan membandingkan kondisi usaha sebelum dan sesudah kegiatan melalui pendekatan **before-after** berdasarkan indikator yang telah ditetapkan. Indikator evaluasi meliputi peningkatan efisiensi proses produksi, peningkatan kemampuan mitra dalam memanfaatkan media digital sebagai sarana pemasaran, serta peningkatan kemampuan dalam menyusun pembukuan keuangan sederhana. Selain itu, evaluasi juga dilakukan melalui diskusi bersama mitra untuk memperoleh umpan balik mengenai manfaat program, kendala yang masih dihadapi, serta peluang pengembangan usaha pada masa mendatang. Hasil evaluasi menunjukkan sejauh mana program pengabdian mampu meningkatkan produktivitas, memperkuat tata kelola usaha, dan mendukung keberlanjutan usaha mikro Dapur Jeges.

Tabel 1. Permasalahan, Solusi, Metode dan Indikator Kegiatan PKM

Permasalahan Mitra	Solusi yang Diberikan	Metode Pelaksanaan	Indikator Keberhasilan
Proses pengupasan kentang masih dilakukan secara manual sehingga membutuhkan waktu lama dan membatasi kapasitas produksi.	Penyediaan alat pengupas kentang sebagai teknologi tepat guna untuk meningkatkan efisiensi produksi.	Demonstrasi penggunaan alat, praktik langsung, pelatihan operasional, dan pendampingan penggunaan alat selama proses produksi.	Mitra mampu mengoperasikan alat secara mandiri, waktu pengupasan kentang menjadi lebih singkat, dan kapasitas produksi meningkat.
Pemanfaatan media sosial sebagai sarana pemasaran belum optimal karena masih menggunakan akun pribadi dan belum memiliki strategi digital marketing.	Pelatihan digital marketing berbasis media sosial dan pendampingan penyusunan konten promosi digital.	Ceramah, diskusi, praktik membuat konten, optimalisasi akun Instagram Business, fotografi produk, penyusunan caption, penggunaan hashtag, serta pendampingan pengelolaan media sosial.	Mitra memiliki akun bisnis yang lebih profesional, mampu membuat konten promosi secara mandiri, meningkatkan aktivitas media sosial, serta memperluas jangkauan pemasaran digital.
Mitra belum memiliki sistem pembukuan keuangan sehingga belum dapat mengetahui arus kas maupun laba usaha secara akurat.	Pelatihan pembukuan keuangan sederhana dan pendampingan penyusunan laporan keuangan usaha.	Ceramah, simulasi transaksi, praktik penyusunan buku kas, pencatatan kas masuk dan kas keluar, penyusunan laporan laba rugi sederhana, serta evaluasi hasil pencatatan.	Mitra mampu menyusun pembukuan sederhana, melakukan pencatatan transaksi secara rutin, dan mengetahui kondisi keuangan usaha sebagai dasar pengambilan keputusan bisnis.
Mitra belum memperoleh pendampingan yang berkelanjutan dalam	Pendampingan, monitoring, dan evaluasi secara	Kunjungan lapangan, konsultasi, observasi, penerapan teknologi,	Seluruh program dapat diterapkan secara berkelanjutan, terjadi

Permasalahan Mitra	Solusi yang Diberikan	Metode Pelaksanaan	Indikator Keberhasilan
menerapkan hasil pelatihan sehingga terdapat risiko program tidak berlanjut setelah kegiatan selesai.	berkala terhadap implementasi seluruh program.	evaluasi penggunaan media sosial, evaluasi pembukuan usaha, serta diskusi umpan balik bersama mitra.	peningkatan pengetahuan dan keterampilan mitra, serta meningkatnya kesiapan usaha dalam mengembangkan skala bisnis.

Sumber: Data diolah Tim Pengabdian, 2026

Untuk memastikan bahwa seluruh solusi yang diberikan mampu menjawab permasalahan mitra secara efektif, tim pengabdian menetapkan beberapa indikator keberhasilan yang digunakan sebagai dasar monitoring dan evaluasi selama pelaksanaan program. Indikator tersebut disajikan pada Tabel 4.

Tabel 2. Indikator Evaluasi Keberhasilan Program Pengabdian

Aspek yang Dievaluasi	Indikator	Metode Evaluasi	Target Capaian
Efisiensi produksi	Penggunaan alat pengupas kentang	Observasi dan wawancara	Alat digunakan secara mandiri oleh mitra
Produktivitas usaha	Waktu proses produksi	Perbandingan sebelum dan sesudah kegiatan	Waktu produksi lebih singkat
Digital marketing	Pemanfaatan media sosial	Observasi akun media sosial	Konten promosi diunggah secara rutin
Branding produk	Kualitas konten promosi	Penilaian hasil praktik	Mitra mampu membuat konten secara mandiri
Tata kelola keuangan	Pembukuan usaha	Pemeriksaan buku kas	Buku kas dan laporan sederhana tersedia
Peningkatan kapasitas mitra	Pengetahuan dan keterampilan	Diskusi, observasi, dan wawancara	Mitra mampu menerapkan seluruh materi pelatihan secara mandiri

Berdasarkan indikator tersebut, evaluasi dilakukan melalui observasi, wawancara, dokumentasi, dan diskusi bersama mitra untuk mengetahui tingkat keberhasilan implementasi program. Pendekatan evaluasi ini diharapkan mampu memberikan gambaran mengenai peningkatan produktivitas, kemampuan pemasaran digital, serta tata kelola keuangan usaha setelah program pengabdian dilaksanakan.

3. Hasil dan Pembahasan

Pelaksanaan kegiatan Pengabdian kepada Masyarakat dilaksanakan sesuai dengan tahapan yang telah dirancang, yaitu implementasi teknologi tepat guna, pelatihan digital marketing, pelatihan pembukuan keuangan sederhana, pendampingan, serta monitoring dan evaluasi. Seluruh rangkaian kegiatan dilaksanakan secara partisipatif dengan melibatkan pemilik usaha dan anggota keluarga yang terlibat dalam proses produksi. Pendekatan tersebut memungkinkan mitra tidak hanya menjadi penerima manfaat, tetapi juga berperan aktif dalam setiap proses implementasi sehingga solusi yang diberikan dapat diterapkan secara berkelanjutan.

3.1 Implementasi Teknologi Tepat Guna Meningkatkan Efisiensi Produksi

Permasalahan utama yang dihadapi mitra sebelum pelaksanaan program adalah proses pengupasan kentang yang masih dilakukan secara manual menggunakan pisau. Kondisi tersebut menyebabkan waktu produksi menjadi lebih lama dan membatasi jumlah produk yang dapat dihasilkan setiap hari. Untuk mengatasi permasalahan tersebut, tim pengabdian menyerahkan satu unit alat pengupas kentang sebagai teknologi tepat guna yang disertai pelatihan pengoperasian kepada mitra. Penggunaan alat tersebut memberikan perubahan nyata terhadap proses produksi. Mitra menyampaikan bahwa proses pengupasan

kentang menjadi lebih cepat dibandingkan sebelumnya sehingga waktu produksi dapat dialihkan pada tahapan pengolahan produk lainnya seperti penggorengan, pengovenan, dan pengemasan. Selain meningkatkan efisiensi waktu, penggunaan alat juga mengurangi beban kerja manual sehingga proses produksi menjadi lebih efektif. Temuan ini sejalan dengan hasil penelitian **Sari et al. (2022)** yang menjelaskan bahwa penerapan teknologi mekanis sederhana mampu meningkatkan produktivitas industri pangan melalui peningkatan efisiensi proses produksi. Demikian pula **OECD (2020)** menegaskan bahwa adopsi teknologi tepat guna merupakan salah satu strategi utama dalam meningkatkan daya saing UMKM karena mampu memperbaiki efisiensi operasional dan kualitas proses produksi.

3.2 Peningkatan Kapasitas Digital Marketing

Selain aspek produksi, kegiatan pengabdian juga difokuskan pada peningkatan kemampuan mitra dalam memanfaatkan media digital sebagai sarana pemasaran. Sebelum kegiatan dilaksanakan, media sosial yang dimiliki mitra masih menggunakan akun pribadi dan belum dimanfaatkan secara optimal sebagai media promosi produk. Akibatnya, identitas merek belum terbangun secara konsisten dan jangkauan pemasaran masih terbatas. Melalui kegiatan pelatihan, mitra memperoleh pemahaman mengenai penyusunan identitas merek, teknik fotografi produk menggunakan telepon pintar, penyusunan konten promosi, penggunaan *caption* yang menarik, pemanfaatan *hashtag*, serta optimalisasi berbagai fitur Instagram seperti Reels, Story, dan Carousel. Selain itu, tim pengabdian juga memperkenalkan penggunaan aplikasi berbasis Artificial Intelligence (AI) untuk membantu pembuatan materi promosi sehingga konten menjadi lebih menarik dan mudah diproduksi secara mandiri. Selama pendampingan, mitra berhasil menyusun beberapa konten promosi untuk produk keripik kentang, bawang goreng, dan minuman terapi kesehatan yang selanjutnya dipublikasikan melalui media sosial. Peningkatan kemampuan tersebut menunjukkan bahwa pelatihan tidak hanya memberikan pengetahuan baru tetapi juga meningkatkan keterampilan praktis dalam memanfaatkan media digital sebagai media pemasaran. Hasil ini mendukung penelitian **Rahmawati et al. (2025)** yang menyatakan bahwa peningkatan kompetensi digital mampu meningkatkan efektivitas pemasaran UMKM. Temuan ini juga sejalan dengan konsep **Marketing 5.0** yang dikemukakan oleh **Kotler et al. (2021)** bahwa pemanfaatan teknologi digital memungkinkan usaha kecil membangun hubungan yang lebih baik dengan pelanggan melalui konten yang lebih relevan dan komunikatif.

3.3 Penguatan Tata Kelola Keuangan Usaha

Permasalahan lain yang ditemukan pada tahap identifikasi adalah belum diterapkannya pembukuan keuangan secara sistematis. Sebelum program dilaksanakan, transaksi usaha belum dicatat secara rutin sehingga pemilik usaha mengalami kesulitan dalam mengetahui besarnya arus kas maupun laba usaha. Melalui pelatihan pembukuan sederhana, mitra diperkenalkan pada pencatatan kas masuk, kas keluar, penyusunan buku kas harian, perhitungan harga pokok produksi, serta penyusunan laporan laba rugi sederhana. Seluruh materi disampaikan menggunakan contoh transaksi nyata yang terjadi pada usaha Dapur Jeges sehingga lebih mudah dipahami dan langsung diterapkan. Hasil pendampingan menunjukkan bahwa mitra mulai memahami pentingnya pencatatan transaksi secara rutin sebagai dasar pengambilan keputusan usaha. Pembukuan sederhana yang mulai diterapkan diharapkan mampu membantu pemilik usaha dalam mengendalikan pengeluaran, menghitung keuntungan, serta menyusun rencana pengembangan usaha pada masa mendatang. Temuan tersebut mendukung hasil penelitian **Suryani dan Rahmawati (2021)** yang menyatakan bahwa penerapan pembukuan sederhana memberikan kontribusi positif terhadap peningkatan kinerja UMKM melalui penyediaan informasi keuangan yang lebih akurat.



Gambar 2. Materi Keuangan Usaha Kecil Sederhana

3.4 Monitoring dan Evaluasi Program

Monitoring dan evaluasi dilakukan setelah seluruh kegiatan pelatihan selesai dilaksanakan. Evaluasi dilakukan melalui observasi lapangan, wawancara dengan mitra, serta penilaian terhadap implementasi seluruh materi yang telah diberikan. Secara umum, hasil evaluasi menunjukkan bahwa program pengabdian berhasil meningkatkan kapasitas mitra pada tiga aspek utama, yaitu efisiensi produksi, kemampuan pemasaran digital, dan pengelolaan keuangan usaha. Penggunaan alat pengupas kentang membantu mempercepat proses produksi, pelatihan digital marketing meningkatkan kemampuan promosi produk melalui media sosial, sedangkan pelatihan pembukuan meningkatkan pemahaman mitra mengenai pentingnya pencatatan transaksi usaha.

Untuk memberikan gambaran yang lebih sistematis mengenai capaian program, hasil evaluasi dirangkum pada Tabel 5.

Tabel 3. Perbandingan Kondisi Mitra Sebelum dan Sesudah Program

Aspek	Sebelum Program	Sesudah Program
Proses pengupasan kentang	Manual menggunakan pisau	Menggunakan alat pengupas kentang
Efisiensi produksi	Membutuhkan waktu lebih lama	Proses produksi lebih efisien
Media pemasaran	Akun media sosial pribadi	Mulai menggunakan media sosial sebagai akun bisnis dan promosi
Konten promosi	Tidak terencana	Mampu membuat konten promosi secara mandiri
Pembukuan usaha	Belum tersedia	Mulai melakukan pencatatan kas masuk dan kas keluar
Kapasitas mitra	Pengetahuan terbatas	Pengetahuan dan keterampilan meningkat

Sumber: Hasil Pengabdian kepada Masyarakat (2026).

3.5 Dampak Program terhadap Keberlanjutan Usaha

Program pengabdian ini memberikan dampak yang tidak hanya bersifat teknis tetapi juga manajerial. Integrasi antara teknologi tepat guna, digital marketing, dan pembukuan sederhana membentuk sistem pengelolaan usaha yang lebih baik dibandingkan sebelum program dilaksanakan. Pendekatan tersebut memungkinkan mitra meningkatkan efisiensi produksi sekaligus memperkuat kemampuan pemasaran dan tata kelola keuangan. Dari perspektif pemberdayaan masyarakat, kegiatan ini juga meningkatkan kapasitas sumber daya manusia karena mitra memperoleh pengetahuan baru yang dapat diterapkan secara mandiri setelah program selesai. Dengan demikian, program pengabdian tidak berhenti pada pemberian bantuan peralatan, tetapi menghasilkan perubahan perilaku (*capacity building*) yang mendukung keberlanjutan usaha mikro dalam jangka panjang.

4. Simpulan

Program Pengabdian kepada Masyarakat yang dilaksanakan pada usaha mikro **Dapur Jeges** berhasil meningkatkan kapasitas usaha melalui pendekatan terpadu yang mengintegrasikan teknologi tepat guna, digital marketing, dan penguatan tata kelola keuangan. Penyediaan alat pengupas kentang sebagai teknologi tepat guna terbukti meningkatkan efisiensi proses produksi sehingga mendukung peningkatan produktivitas dan mengurangi beban kerja manual. Pelatihan digital marketing memberikan peningkatan kemampuan mitra dalam memanfaatkan media sosial sebagai sarana promosi, menyusun konten pemasaran yang lebih menarik, serta memperluas peluang pemasaran produk secara digital. Sementara itu, pelatihan pembukuan keuangan sederhana meningkatkan pemahaman dan keterampilan mitra dalam melakukan pencatatan transaksi, mengelola arus kas, dan menyusun laporan keuangan sederhana sebagai dasar pengambilan keputusan usaha. Pelaksanaan program tidak hanya menghasilkan peningkatan aspek teknis produksi, tetapi juga memperkuat kapasitas manajerial mitra dalam mengelola usaha secara lebih efektif, adaptif, dan berorientasi pada keberlanjutan. Sinergi antara peningkatan efisiensi produksi, transformasi pemasaran digital, dan penguatan tata kelola keuangan menjadi faktor penting dalam

meningkatkan daya saing usaha mikro di tengah perkembangan ekonomi digital. Model pemberdayaan yang diterapkan dalam kegiatan ini menunjukkan bahwa integrasi teknologi tepat guna dengan peningkatan kapasitas sumber daya manusia merupakan pendekatan yang efektif dalam mendukung pengembangan UMKM. Oleh karena itu, model ini berpotensi direplikasi pada usaha mikro lain yang memiliki karakteristik permasalahan serupa dengan tetap mempertimbangkan kebutuhan spesifik setiap mitra. Ke depan, pendampingan secara berkelanjutan melalui penguatan pemasaran digital berbasis marketplace, penerapan pembukuan digital, serta inovasi produk dan kemasan diharapkan mampu memperkuat daya saing dan keberlanjutan usaha mikro secara lebih optimal.

UCAPAN TERIMA KASIH

Pada kesempatan ini kami tim pengabdian kepada masyarakat mengucapkan terima kasih dan penghargaan yang setinggi-tingginya kepada P3M Politeknik Negeri Medan yang telah memfasilitasi kegiatan pengabdian masyarakat ini. Juga kepada Mitra Ibu Latifah Hanum Harahap sebagai pemilik Dapur Jeges, Sunggal, Deli Serdang, SUMUT.

DAFTAR PUSTAKA

- Anjani, A. D., Ningsih, C., & Fajri, I. (2017). Strategi pengembangan bisnis rumah makan Ganbatte Suki BBQ & Steak Bandung. *The Journal Gastronomy Tourism*, 5(1), 8–21. <https://doi.org/10.17509/gastur.v5i1.22218>
- Badan Pusat Statistik Provinsi Sumatera Utara. (2024). *Profil industri mikro dan kecil Provinsi Sumatera Utara 2023*. Badan Pusat Statistik Provinsi Sumatera Utara.
- Chaffey, D. (2022). *Digital marketing: Strategy, implementation and practice* (9th ed.). Pearson Education Limited.
- Franky, S., Tunjungsari, H. K., & Mei, L. (2018). *Dasar-dasar kewirausahaan: Teori dan praktik*. PT Indeks.
- González-Varona, J. M., López-Paredes, A., Poza, D., & Acebes, F. (2024). Building and development of an organizational competence for digital transformation in SMEs. *Journal of Industrial Information Integration*, 41, 100695. <https://doi.org/10.1016/j.jii.2024.100695>
- Kementerian Koperasi dan Usaha Kecil dan Menengah Republik Indonesia. (2024). *Perkembangan data usaha mikro, kecil, dan menengah (UMKM) Tahun 2024*. Kementerian Koperasi dan UKM Republik Indonesia.
- Kotler, P., Kartajaya, H., & Setiawan, I. (2021). *Marketing 5.0: Technology for humanity*. John Wiley & Sons.
- Nuseir, M. T. (2023). Digital marketing adoption and business performance of SMEs: A systematic literature review. *Sustainability*, 15(8), 6802. <https://doi.org/10.3390/su15086802>
- Organization for Economic Co-operation and Development. (2020). *Enhancing the contributions of SMEs in a global and digitalized economy*. OECD Publishing. <https://doi.org/10.1787/0b7a8c0f-en>
- Rahmawati, S., Fauziah, A., & Rachmani, N. N. (2025). Peningkatan kompetensi digital pelaku UMKM melalui pelatihan digital marketing. *Journal Minfo Polgan*, 14(2).
- Ratten, V. (2023). Digital transformation and entrepreneurship: Implications for SMEs. *Journal of Innovation & Knowledge*, 8(3), 100408. <https://doi.org/10.1016/j.jik.2023.100408>
- Sari, D. P., Nugroho, A., & Widodo, S. (2022). The impact of production efficiency on the productivity of food MSMEs. *Journal of Small Business and Entrepreneurship Development*, 10(2), 45–53.
- Suryani, D., & Rahmawati, R. (2021). Financial record-keeping and performance of micro enterprises. *Journal of Small Business and Entrepreneurship*, 9(2), 112–121.