

## PENDAMPINGAN TATA KELOLA USAHA BERBASIS DIGITAL PADA KELOMPOK UMKM MAKANAN RINGAN

Dinar Melani Hutajulu<sup>1\*</sup>, Andhatu Achsa<sup>2</sup>, Iis Sugiarti<sup>1</sup>

<sup>1</sup>Jurusan Ekonomi Pembangunan, Fakultas Ekonomi, Universitas Tidar, Magelang, Jawa Tengah, Indonesia

<sup>2</sup>Jurusan Manajemen, Fakultas Ekonomi, Universitas Tidar, Magelang, Jawa Tengah, Indonesia

---

### Article Info:

Received: 2024-09-09

Revised: 2024-12-09

Accepted: 2024-12-18

### Keywords:

BMC

Laporan Keuangan

Pemasaran Digital

Profil Usaha

UMKM

### \*Corresponding author:

[dinarmelani@untidar.ac.id](mailto:dinarmelani@untidar.ac.id)

**ABSTRAK** Para pengusaha makanan ringan di Desa Wisata Ngargogondo telah memiliki berbagai produk usaha. Namun, terdapat beberapa kekurangan dari sisi manajerial usaha yang masih terlihat tradisional dan kekeluargaan, belum terlihat profil usaha yang dapat dijadikan personal branding, perencanaan usaha belum cukup matang untuk ekspansi pasar yang lebih luas, dan usaha belum maksimal dalam mengikuti pergerakan teknologi terkini. Tujuan kegiatan ini yaitu untuk memberikan pengetahuan mengenai manfaat profil usaha dan perencanaan yang baik, serta memberikan kemampuan terkait pembuatan laporan keuangan digital dan pemasaran digital. Metode yang digunakan adalah ceramah, tutorial, dan diskusi. Kegiatan dilakukan di Balai Desa Ngargogondo pada 4 Juli 2024. Sasaran dalam kegiatan ini adalah pelaku usaha makanan ringan di Desa Ngargogondo. Hasil kegiatan menunjukkan adanya peningkatan pengetahuan dan kemampuan peserta mengenai topik yang disampaikan. Secara keseluruhan peningkatan bergerak dari skala kurang dan cukup, menuju skala baik dan sangat baik.

**ABSTRACT** Snack entrepreneurs in Ngargogondo Tourism Village already have various business products. However, there are several shortcomings in terms of business management that still look traditional and family-like, there is no business profile that can be used as personal branding, business planning is not mature enough for wider market expansion, and businesses are not yet optimal in following the latest technological movements. The purpose of this activity is to provide knowledge about the benefits of a good business profile and planning, as well as to provide skills related to making digital financial reports and digital marketing. The methods used are lectures, tutorials, and discussions. The activity was carried out at Ngargogondo Village Hall on July 4, 2024. The targets in this activity are snack food business actors in Ngargogondo Village. The results of the activity showed an increase in the knowledge and skills of participants regarding the topics presented. Overall, the increase moved from a scale of less and sufficient, to a scale of good and very good.

---

## PENDAHULUAN

UMKM telah terbukti memberikan kontribusi nyata untuk peningkatan perekonomian masyarakat (1,2). Dorongan pemerintah atas pengembangan UMKM menjadi lebih masif dan spesifik hingga ke pelosok desa. Salah satu desa yang telah mendorong aktivitas masyarakat pada pengembangan UMKM yaitu Desa Ngargogondo. Desa ini terletak di Kawasan Wisata Candi Borobudur. Dengan potensi wisata kelas dunia, desa ini sangat berpotensi besar untuk mengembangkan UMKM menjadi lebih besar dengan pangsa pasar yang luas.

Kondisi UMKM di Desa Ngargogondo masih terlihat tradisional dan kekeluargaan pada sisi manajerial dan pengelolaan usaha. Usaha dikelola oleh keluarga dan standar pengelolaan usaha belum menjadi prioritas. Personal branding dari produk usaha tersebut masih tergolong minim dan hanya mengandalkan wisata borobudur dalam mendorong pamor produk. Dengan kata lain, branding produk belum terkenal pada pasar yang lebih luas. Disamping itu, usaha yang berjalan belum memiliki perencanaan yang baik. Usaha hanya berfokus pada omset dan penjualan tiap hari. Kemampuan dalam melakukan ekspansi pasar yang lebih luas belum terlihat karena keterbatasan pengusaha desa dalam mengelola usaha secara digital. Pengelola UMKM di desa tersebut masih tergolong lambat dalam proses alih teknologi, hal ini disebabkan oleh pengelola usaha yang cukup berumur dan minimnya peran anak muda. Berdasarkan kondisi permasalahan mitra tersebut, tim pengabdian berupaya untuk menyusun program kegiatan yang tepat dalam menjawab permasalahan mitra.

Literatur terdahulu menyebutkan bahwa suatu usaha UMKM dapat berkembang dengan adanya inovasi, pembenahan manajerial, pemasaran digital, peningkatan kualitas produk, dan efisiensi bisnis (3,4). Sumber lain menyatakan bahwa peran literasi, digitalisasi, dan inovasi juga berdampak pada pembenahan UMKM khususnya pada performa keuangan (5,6). Dengan dasar kajian tersebut, solusi permasalahan UMKM saat ini mengarah pada digitalisasi (7). Pendampingan terkait digitalisasi telah banyak memberikan hasil yang positif bagi perkembangan UMKM seperti pemasaran digital (8–10). Pada sisi performa keuangan, pendampingan tata kelola keuangan digital juga mendorong keuangan UMKM menjadi lebih sehat dan memiliki prospek perkembangan usaha yang baik (11–14). Pada sisi manajerial, pendampingan pembuatan business model canvas (BMC) juga mendorong perencanaan usaha yang jauh lebih baik dan visioner (15,16).

Dengan dasar tersebut, tim pengabdian memilih beberapa topik yang dapat menjawab berbagai permasalahan mitra. Topik-topik tersebut yaitu pentingnya profil usaha dalam mendorong personal branding, penyusunan laporan keuangan berbasis digital, pemasaran digital, dan perencanaan usaha berbasis business model canvas (BMC). Kegiatan pengabdian mengambil tema pada “Pendampingan Tata Kelola Usaha Berbasis Digital pada Kelompok UMKM Makanan Ringan”. Kegiatan pengabdian berfokus pada usaha makanan ringan karena prospek produk usaha dengan omset tertinggi adalah produk makanan ringan. Hal ini menunjukkan potensi makanan ringan cukup besar jika ingin mengupayakan pada peningkatan pendapatan masyarakat dan ekspansi pasar.

## **METODE**

Kegiatan pengabdian berlokasi di Desa Ngargogondo, Kecamatan Borobudur, Kabupaten Magelang, Jawa Tengah, Indonesia. Kegiatan dilaksanakan pada Juli 2024 di Balai Desa Ngargogondo. Sasaran kegiatan yaitu Kelompok UMKM Makanan Ringan di Desa Ngargogondo. Metode yang digunakan menggunakan beberapa tahapan. **Pertama**, tim melakukan kunjungan ke desa tersebut untuk mengidentifikasi terkait berbagai hal dan permasalahan yang dialami oleh

UMKM di desa. Tim juga berkoordinasi dengan Koordinator UMKM dan Kepala Desa Ngargogondo untuk mendapatkan informasi terkait ketersediaan sarana prasarana yang dapat mendukung terlaksananya kegiatan pengabdian.



Gambar 1. Tahapan Kegiatan Pengabdian



Gambar 2. Kunjungan ke Rumah Usaha Jamur Crispy Desa Ngargogondo

**Kedua**, tim berupaya menyusun formulasi yang tepat untuk menjawab permasalahan yang ada. Tim mencari berbagai solusi yang bersumber dari jurnal-jurnal penelitian yang terpercaya mengenai upaya dalam mengatasi permasalahan dalam UMKM. Topik yang akan disampaikan mengenai pentingnya memiliki profil usaha, perencanaan usaha menggunakan BMC, laporan keuangan digital, dan pemasaran digital. **Ketiga**, tim melakukan pelaksanaan kegiatan dengan konsep ceramah, tutorial, dan diskusi. Konsep ini dilakukan agar pendampingan terlaksana dengan maksimal dan dapat tersampaikan dengan baik. Pada tahapan ceramah berfokus pada peningkatan

pengetahuan tentang pentingnya profil usaha. Pada tahapan tutorial, peserta mendapatkan kemampuan dalam membuat laporan keuangan digital dan pemasaran digital. Pada tahapan diskusi, berfokus pada perencanaan usaha berbasis *Business Model Canvas*. **Keempat**, tim melakukan pengukuran keberhasilan kegiatan pengabdian dengan menggunakan pengisian kuesioner pada peserta. Kuesioner berisi pertanyaan terkait pengetahuan profil usaha, pemasaran digital, laporan keuangan, dan BMC. Tiap poin pengetahuan diberi skala likert dengan rentang nilai 1 – 4. Peserta mengisi secara mandiri posisi perubahan pengetahuannya pada skala 1 - 4, setelah menerima pendampingan tersebut. Setelah melakukan pengukuran tersebut, dapat diperoleh gambaran peningkatan pengetahuan dan kemampuan peserta setelah terlaksananya kegiatan pengabdian.

## **HASIL**

Kegiatan pengabdian dilakukan pada Juli 2024 di Desa Ngargogondo. Kegiatan berlangsung di balai desa tersebut. Peserta yang hadir sejumlah 28 orang mencakup pengusaha UMKM dan pekerja pada usaha tersebut. Kepala Desa dan Koordinator UMKM turut hadir dalam kegiatan pengabdian. Kegiatan awal yang dilakukan yaitu menanyakan pada peserta terkait hal-hal yang rutin dilakukan dalam tata kelola usaha. Hal ini dilakukan untuk menggali kembali hal-hal yang telah dilakukan para pengusaha dalam meningkatkan perkembangan usahanya.

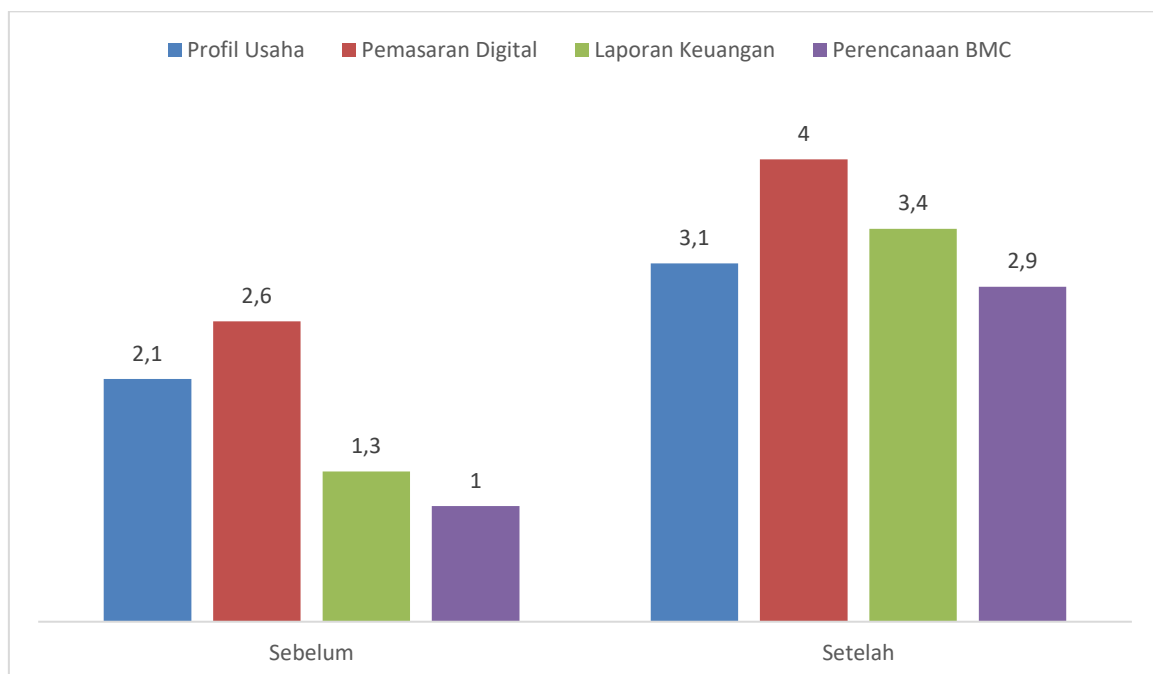
Selanjutnya pemateri menyampaikan kegiatan utama dengan metode ceramah. Kegiatan ceramah bertopik pentingnya profil usaha dalam mendorong *personal branding* UMKM. Hal ini dilakukan agar produk-produk UMKM dapat memiliki identitas dan kesan yang dapat diingat oleh konsumen. Selain itu, hal ini dapat mendorong peningkatan kepercayaan konsumen terhadap produk apabila profil usaha terlihat jelas dan meyakinkan. Masyarakat mendapatkan pengetahuan yang tepat mengenai pembuatan profil usaha yang baik.

Kegiatan kedua yaitu metode tutorial. Pada sesi ini, peserta diminta untuk menyampaikan bentuk pembukuan keuangan usaha atau laporan keuangan yang selama ini digunakan. Selain itu, peserta diminta untuk menunjukkan berbagai sosial media yang digunakan dalam memasarkan produk usaha. Selanjutnya tim menyampaikan bentuk digitalisasi keuangan terkini yang dapat mempermudah pengelolaan keuangan usaha. Peserta diinformasikan terkait berbagai manfaat yang dapat diperoleh seperti kemudahan akses, keuangan terkelola dengan rapi, minim kesalahan perhitungan, dan dapat menjadi dasar akses permodalan usaha. Selanjutnya tim menyampaikan tahap demi tahap pembuatan laporan keuangan menggunakan salah satu aplikasi laporan keuangan usaha yang mudah dipelajari. Pada sesi ini, tim juga menyampaikan tahap demi tahap pemasaran digital melalui akun *e-commerce*. Peserta yang biasanya berjualan lewat Instagram dan Whatsapp, diarahkan juga untuk membuat akun *e-commerce* seperti Shopee dan Tokopedia untuk jangkauan pasar yang lebih luas. Sehingga konsumen diluar kawasan wisata, baik skala regional maupun nasional, dapat memperoleh produk makanan ringan tradisional khas kawasan wisata Borobudur. Tim mendampingi peserta untuk membuat akun dan mengunggah satu produk terbaik dari tiap usaha.



**Gambar 3.** Sesi Diskusi pada Kegiatan Pengabdian

Kegiatan ketiga yaitu metode diskusi. Sesi ini menekankan interaksi lebih besar antar pemateri, tim, dan peserta untuk dapat menjawab permasalahan yang dihadapi peserta diluar topik yang telah diajarkan sebelumnya. Diskusi juga mencakup cara menampilkan produk agar terlihat menarik, dan tips/trik pembuatan video yang menarik untuk mendukung pemasaran produk. Diskusi juga mengarah pada kelangsungan usaha peserta. Pada sesi ini, topik perencanaan usaha juga disampaikan dengan upaya mendorong peserta untuk membuat BMC pada tiap-tiap usaha. Dengan adanya BMC, perencanaan usaha kedepan akan tergambarkan dengan baik. Sehingga dapat mendorong kemajuan usaha UMKM desa tersebut.



**Gambar 4.** Kondisi Peserta Sebelum dan Setelah Kegiatan Pengabdian

Setelah melakukan kegiatan pengabdian, tim mengukur capaian keberhasilan kegiatan yang telah diberikan dengan pengisian kuesioner. Peserta dapat mengisi kondisi pengetahuan peserta terkait topik-topik tersebut baik sebelum maupun setelah pelatihan. Skala yang digunakan antara 1-4, dimana 1-1,9 (kurang); 2-2,9 (cukup); 3-3,9 (baik); 4 (sangat baik). Berdasarkan hasil pengisian kuesioner tersebut menunjukkan bahwa peserta mengalami peningkatan pengetahuan dan kemampuan untuk tiap topik yang disampaikan. Kondisi awal pengetahuan peserta terkait profil usaha rata-rata berada pada skala 2,1 (cukup) mengalami perubahan setelah kegiatan dilakukan, yaitu terletak pada skala 3,1 (baik). Peserta telah memahami pentingnya sebuah profil usaha dalam upaya ekspansi usaha. Hal ini berkaitan dengan tujuan usaha makanan ringan di desa tersebut yaitu ekspansi pasar yang lebih luas. Terkait pengetahuan dan kemampuan awal peserta pada pemasaran digital yaitu rata-rata berada pada skala 2,6 (cukup) menjadi 4 (sangat baik). Peserta sangat antusias dalam mengoperasikan akun berjualan seperti Shopee dan Tokopedia. Kemampuan dalam pengaturan *online shop* semakin bertambah, dan penataan toko serta tampilan foto produk diupayakan sebaik mungkin. Terkait aspek pembuatan laporan keuangan rata-rata berada pada skala 1,3 (kurang), di awal kegiatan dan menjadi bergerak pada skala 3,4 (baik). Peningkatan kemampuan pengelolaan keuangan telah memberikan sudut pandang baru pada pengelolaan uang yang lebih mudah diakses dan minim kesalahan perhitungan. Pada topik BMC, di awal rata-rata berada pada skala 1 (kurang) dan setelah kegiatan pengetahuan peserta mengenai profil usaha berada pada skala 2,9 (cukup). Sebagai besar peserta tidak mengenal apa itu BMC, setelah kegiatan peserta semakin memahami pentingnya BMC untuk sebuah usaha.

## **PEMBAHASAN**

Permasalahan yang teridentifikasi pada UMKM Makanan Ringan di Desa Ngargogondo dapat diatasi dengan upaya digitalisasi. Literatur terdahulu telah banyak menginformasikan bahwa digitalisasi sangat mendorong kemajuan UMKM di masa kini (17). Beberapa bentuk digitalisasi yang dilakukan yaitu memberikan informasi pengetahuan dan kemampuan dalam tata kelola keuangan berbasis digital dan pemasaran digital (18). Selain itu, pada sisi manajerial usaha perlu adanya profil usaha dalam mendorong kemampuan *personal branding* tiap usaha (19). Pada sisi perencanaan usaha, pengetahuan dan pembuatan BMC disampaikan kepada peserta agar dapat membuat perencanaan yang baik bagi usahanya. Berdasarkan hasil pengukuran capaian kegiatan, hasil kegiatan pendampingan menunjukkan bahwa peserta sangat antusias dalam membuat keuangan usaha secara digital dengan perolehan nilai rata-rata peningkatan kemampuan sebesar (3,4) dan membuat serta mengelola akun *e-commerce* untuk pemasaran digital dengan perolehan nilai rata-rata peningkatan kemampuan sebesar (4). Topik profil usaha diterima oleh peserta dengan baik namun masih perlu pendampingan khusus dalam membuat profil usaha yang tepat untuk tiap-tiap usaha. Kondisi ini ditunjukkan oleh perolehan nilai hasil kegiatan yang berada pada skala (3,1). Perencanaan usaha berbasis BMC juga cukup sulit diterima, karena konsep ini masih sangat asing bagi peserta.

Kondisi ini ditunjukkan dengan perolehan nilai pada kuesioner sebesar (2,9). Peserta berupaya untuk mengidentifikasi secara detail target pasar mereka, mitra yang terikat dengan usaha, seluruh sumber bahan baku dan hal lainnya yang diperlukan dalam pembuatan BMC.

Inovasi perubahan keuangan manual menjadi digital akan sangat memudahkan peserta dalam mengelola keuangan usaha. Akses laporan keuangan menjadi lebih mudah, minimnya kesalahan perhitungan, serta dapat memudahkan dalam akses pendanaan atau permodalan dari pemerintah dengan adanya laporan keuangan yang tersip. Kreativitas peserta dalam mempromosikan dan memasarkan produk akan lebih terdorong dengan adanya akun penjualan *online* yang menuntut peserta harus lebih kreatif dalam menampilkan produk. Hambatan yang terjadi pada kegiatan ini yaitu pada beberapa pengelola usaha yang telah lansia, cukup sulit untuk dapat menerima pengetahuan teknologi. Perlu andil generasi muda dalam pengelolaan usaha berbasis digital.

## **KESIMPULAN DAN SARAN**

Peningkatan pengetahuan peserta pada pentingnya profil usaha telah berada pada skala baik. Peserta memiliki kemampuan dalam menyusun keuangan digital dan dapat dengan mudah membuat laporan keuangan yang baik dengan adanya digitalisasi laporan keuangan. Kemampuan peserta dalam topik pemasaran digital yaitu pembuatan dan pengelolaan akun *e-commerce* berada pada skala sangat baik. Sedangkan pada topik perencanaan usaha berbasis BMC, pengetahuan dan kemampuan peserta masih berada pada skala cukup. Saran pada kegiatan selanjutnya dapat berfokus pada pendampingan pembuatan profil usaha untuk tiap-tiap usaha di desa tersebut. Selain itu, dasar-dasar dalam penyusunan BMC dan pendampingan pembuatan BMC menjadi hal penting yang masih harus dipahami lebih dalam oleh para peserta.

## **UCAPAN TERIMA KASIH**

Ucapan terima kasih kami sampaikan kepada LPPM Universitas Tidar yang telah memberikan dukungan keterlaksanaan program dan pendanaan. Ucapan terima kasih juga kepada Bapak Umar Syahid (Kepala Desa Ngargogondo) dan Bapak Zuniyanto (Koordinator UMKM Desa) yang telah memberi dukungan sarana prasarana kegiatan pengabdian, menyambut tim untuk berkoordinasi, dan mendukung penuh dalam pelaksanaan program pengabdian ini.

## **REFERENSI**

1. Novitasari AT. Kontribusi UMKM Terhadap Pertumbuhan Ekonomi Era Digitalisasi Melalui Peran Pemerintah. *JABE (Journal Appl Bus Econ)*. 2022;9(2):184–204.
2. Yolanda C. Peran Usaha Mikro, Kecil dan Menengah (UMKM) Dalam Pengembangan Ekonomi Indonesia. *J Manaj DAN BISNIS*. 2024;2(3):170–86.
3. Dambiski Gomes de Carvalho G, Resende LMM de, Pontes J, Gomes de Carvalho H, Mendes Betim L. Innovation and Management in MSMEs: A Literature Review of Highly Cited Papers.

- SAGE Open. 2021;11(4).
4. Tambunan T. Recent Development of Micro, Small and Medium Enterprises in Indonesia. *J Glob Entrep Res.* 2019;9(18):1–15.
  5. Rosyidiana RN, Narsa IM. Micro, small, and medium-sized enterprises (MSMEs) during the post-pandemic economic recovery period: digitalization, literation, innovation, and its impact on financial performance. *Cogent Bus Manag [Internet].* 2024;11(1):1–16. Available from: <https://doi.org/10.1080/23311975.2024.2342488>
  6. Hendrawan SA, Afdhal Chatra, Nurul Iman, Soemarno Hidayatullah, Degdo Suprayitno. Digital Transformation in MSMEs: Challenges and Opportunities in Technology Management. *J Inf dan Teknol.* 2024;6(2):141–9.
  7. Mutiarin D, Wijaya SR, Atmojo ME. Pemberdayaan Tata Kelola UMKM Kripik Kentang Berbasis Teknologi Informasi dan Komunikasi. *Pros Semin Nas Progr Pengabdi Masy.* 2022;4(1):1672–9.
  8. Lianardo S, Sartika KD, Prasetyawati YR, Cahyadi RA. Pendampingan Digital Marketing Untuk Pemberdayaan UMKM. *J Servite.* 2022;4(2):104–11.
  9. Rahmana A, Fauzi M, Suyono AM. Pendampingan Strategi Pemasaran Digital Produk Makanan dalam Abstrak. *J Ilm Pengabdi Kpd Masy.* 2021;4(1):49–57.
  10. Sihotang ET, Nita RA, Budiana KM, Yutanto H, Ekaningtyas D. Pendampingan Pemasaran Digital Melalui Pemanfaatan Landing Page sebagai Media Promosi Usaha Katering. *E-Dimas J Pengabdi Kpd Masy.* 2024;15(2):238–45.
  11. Santoso R, Herlina A. Pendampingan tata kelola keuangan UMKM berbasis digital untuk generasi Z. *KACANEGARA J Pengabdi pada Masy.* 2023;6(3):341–52.
  12. Damayanti R, Rompis AI. Penguatan Peran UMKM melalui Pendampingan Pembuatan Laporan Keuangan. *Magistrorum Sch J Pengabdi Masy.* 2021;1(3):379–90.
  13. Wibawa BM, Baihaqi I, Hanoum S, Ardiantono DS, Kunaifi A, Persada SF, et al. Model Pelatihan dan Pendampingan Penyusunan Laporan Keuangan Berbasis Cloud Bagi Pelaku UMKM. *Sewagati.* 2019;3(3):51–6.
  14. Rahayu PA, Fettry S, Felisia F, Paramita M. Pendampingan Penyusunan Laporan Keuangan untuk pemilik UMKM Sesuai SAK EMKM dan Perhitungan Pajak. *ABDIMAS J Pengabdi Masy Univ Merdeka Malang.* 2021;6(2):196–209.
  15. Wisnubroto MP, Yulianto K. Pengabdian Kepada Masyarakat Membantu Usaha Berkembang dalam Pembuatan Business Model Canvas pada Usaha PTL Coffee di Kabupaten Solok Selatan, Sumatera Barat. *Din J Pengabdi Kpd Masy.* 2024;8(3):871–81.
  16. Candraningrat C, Yurisma DY, Mujanah S. Pengembangan strategi bisnis Melalui BMC (Business Model Canvas) dan strategi pemasaran bagi UMKM Sari Delight Surabaya. *TEKMULOGI J Pengabdi Masy.* 2021;1(1):11–22.
  17. Lu H, Shaharudin MS. Role of digital transformation for sustainable competitive advantage of



- SMEs : a systematic literature review. *Cogent Bus Manag* [Internet]. 2024;11(1). Available from: <https://doi.org/10.1080/23311975.2024.2419489>
18. Kallmuenzer A, Mikhaylov A, Chelaru M, Czakon W. in small and medium - sized enterprises. *Rev Manag Sci* [Internet]. 2024;(0123456789). Available from: <https://doi.org/10.1007/s11846-024-00744-2>
  19. Sari MP, Komariah A, Prasetyo R, L MS. Pendampingan Penyusunan Company Profile dan Proposal Usulan Insentif Kemenparekraf UMKM Mas Wied Sukoharjo. 2021;(July):29–38.