

Memajukan UMKM Lokal: Pendampingan UMKM Dalam Penggunaan Digital Marketing, Digitalisasi Keuangan, dan Peningkatan Sumber Daya Manusia Pada Camilane Ifa, Wonoasri, Madiun

Rollis Ayu Ditasari¹⁾, Endrik Eko Prasetyo²⁾, Choiriyah Anggraini³⁾.

^{1,2,3)}Fakultas Ekonomi dan Bisnis, Universitas PGRI Madiun

¹⁾e-mail: rolisayuditasari@unipma.ac.id

²⁾e-mail: bowoae01@gmail.com

³⁾e-mail: anggra.c19@gmail.com

Abstrak

Penelitian ini menyoroiti permasalahan yang dihadapi oleh UMKM "Susu Kedelai Maknyus" yang meliputi kendala dalam pemasaran yang belum terdigitalisasi, manajemen sumber daya manusia yang belum optimal, serta pencatatan keuangan yang masih manual. Melalui keterlibatan mahasiswa, solusi yang ditawarkan mencakup pendampingan dalam pengembangan produk, pemasaran terintegrasi dengan pendekatan digital, pelatihan dalam penggunaan aplikasi digital untuk manajemen keuangan, serta pengenalan format laporan keuangan digital. Metode penelitian melibatkan serangkaian tahapan terstruktur mulai dari observasi, pengumpulan informasi, pemetaan masalah, hingga implementasi solusi yang direncanakan. Hasil dari pendampingan UMKM ini mencakup inovasi produk, strategi pemasaran yang lebih luas dan terintegrasi, peningkatan kemampuan manajemen keuangan, serta transformasi dari pencatatan keuangan tradisional menjadi digital. Diharapkan, hasil penelitian ini memberikan kontribusi yang signifikan bagi pertumbuhan dan peningkatan efisiensi operasional UMKM "Susu Kedelai Maknyus" dalam menghadapi tantangan di era digital.

Kata Kunci: UMKM, Pemasaran, Susu Kedelai, Pendampingan Masyarakat.

Abstract

This research highlights the challenges faced by the SME "Susu Kedelai Maknyus," including non-digitized marketing hurdles, suboptimal human resource management, and manual financial recording. Through student involvement, proposed solutions encompass product development mentoring, digitally integrated marketing, training in digital financial management applications, and introduction to digital financial report formats. The research methodology involves structured stages, starting from observation, information gathering, issue mapping, to planned solution implementation. Outcomes from SME mentoring include product innovation, broader and integrated marketing strategies, enhanced financial management skills, and a shift from traditional to digital financial recording. The aim is to contribute significantly to the growth and increased operational efficiency of SME "Susu Kedelai Maknyus" in facing challenges in the digital era.

Keywords: SME, Marketing, Soy Milk, Community Mentoring.

A. PENDAHULUAN

Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah (UMKM) memiliki posisi yang tak tergantikan dalam struktur ekonomi global (Ali, 2013). Mereka bukan hanya sekadar entitas bisnis kecil, melainkan tulang punggung ekonomi lokal, regional, dan nasional. Keberadaan mereka tak hanya menciptakan lapangan kerja yang signifikan tetapi juga menjadi pusat inovasi yang memicu pertumbuhan ekonomi. Terlepas dari skala kecilnya, UMKM mampu memberikan kontribusi yang besar terhadap produktivitas dan kemajuan ekonomi, terutama dalam konteks inklusi sosial dan pengentasan kemiskinan. Selain itu, UMKM juga menjadi wadah bagi wirausaha baru untuk mengekspresikan ide kreatif, yang pada gilirannya mendorong inovasi dan perkembangan ekonomi yang berkelanjutan (Tribudhi, 2022). UMKM bukan hanya sekadar bisnis kecil yang bertahan hidup di pinggiran, tetapi tulang punggung perekonomian yang memiliki potensi besar untuk menggerakkan roda ekonomi global (Poenna, 2019). Keberagaman industri, kreativitas, dan ketahanan mereka menjadi landasan penting dalam memastikan keberlanjutan dan pertumbuhan ekonomi yang inklusif.

UMKM "Cemilan'e Ifa" memiliki latar belakang yang menarik. Berdiri pada tahun 2021 di tengah gelombang pandemi COVID-19, usaha ini mencuat sebagai respons adaptif terhadap kondisi sulit yang dihadapi. Ibu Nurhayati, pendiri UMKM ini, dengan berani memulai bisnis makanan di Desa Wonoasri, Kabupaten Madiun, sebagai upaya untuk mengatasi penurunan pendapatan selama pandemi. Dengan modal kecil dan dukungan keluarga, perjalanan usaha ini dimulai dari usaha kecil yang terbantu dengan peralatan sederhana. Memanfaatkan media *WhatsApp* sebagai alat promosi, kesuksesan dalam memuaskan pelanggan menggiring perkembangan usaha ini dari makanan hingga minuman. Kini, Cemilan'e Ifa tumbuh pesat dengan penjualan online melalui sistem COD dan offline di acara *car free day*, menjangkau berbagai kalangan konsumen dari anak-anak hingga dewasa. Kelebihan besar adalah fleksibilitasnya dalam menerima pesanan dan pengiriman yang dilakukan dengan responsif.

Ketika melihat UMKM "Susu Kedelai Maknyus", terlihat jelas bahwa mereka masih berjuang dengan sejumlah tantangan yang menghambat kemampuan mereka untuk berkembang secara optimal. Salah satu permasalahan kunci yang dihadapi adalah kurangnya adaptasi terhadap era digital dalam proses pemasaran. Keterbatasan dalam memanfaatkan platform digital untuk

memperluas jangkauan pasar telah menghambat potensi bisnis mereka untuk mencapai audiens yang lebih luas. Keterbatasan ini dalam memanfaatkan teknologi terbaru dapat menjadi rintangan serius dalam mencapai pertumbuhan yang diharapkan.

Selain itu, pengelolaan sumber daya manusia yang belum terkelola secara efisien juga menjadi salah satu kendala utama. Ketika SDM tidak dikelola dengan baik, ini dapat menyebabkan kesulitan dalam memaksimalkan potensi karyawan serta mengurangi produktivitas secara keseluruhan. Kurangnya sistem yang terstruktur dalam pengelolaan tim kerja dapat membatasi inovasi dan kemampuan untuk bersaing secara efektif di pasar.

Berdasarkan observasi, manajemen keuangan masih mengandalkan proses manual. Laporan keuangan yang dibuat secara manual sering kali rentan terhadap kesalahan dan memakan banyak waktu. Kurangnya aksesibilitas dan keakuratan informasi keuangan dapat menghambat proses pengambilan keputusan yang cepat dan tepat. Hal ini bisa menjadi penghalang serius dalam memahami situasi keuangan perusahaan secara menyeluruh, yang sangat penting untuk mengarahkan langkah-langkah strategis yang tepat.

Kehadiran mahasiswa sebagai agen perubahan bagi UMKM seperti "Susu Kedelai Maknyus" menjadi cermin dari potensi kolaborasi yang menguntungkan. Mereka membawa nuansa segar dengan ide-ide inovatif yang mampu menjawab tantangan yang dihadapi UMKM tersebut. Melalui kolaborasi yang erat, mahasiswa dapat menyajikan solusi yang cerdas dan terkini dalam menghadapi masalah pemasaran yang belum terdigitalisasi, manajemen SDM yang belum optimal, dan pelaporan keuangan yang masih bersifat manual. Kemampuan mereka dalam teknologi digital menjadi alat yang amat berharga, dengan pengetahuan mendalam serta keahlian dalam pemanfaatan aplikasi digital, mahasiswa mampu memberikan kontribusi berarti dalam mengubah paradigma bisnis UMKM menjadi lebih efisien, terhubung secara luas, dan responsif terhadap kebutuhan pasar yang terus berkembang. Hal ini menciptakan lingkungan kolaboratif yang saling menguntungkan, di mana UMKM mendapatkan solusi inovatif, sementara mahasiswa mendapat pengalaman berharga dan peluang nyata untuk menerapkan pengetahuan mereka dalam situasi dunia nyata.

Penelitian ini memfokuskan pada eksplorasi dan integrasi solusi digital yang ditawarkan oleh mahasiswa untuk meningkatkan efisiensi operasional UMKM "Susu Kedelai Maknyus". Dengan pendekatan ini, harapannya adalah terciptanya kontribusi positif dalam menangani permasalahan yang dihadapi oleh UMKM tersebut. Solusi digital yang diusulkan diharapkan mampu memberikan solusi konkret terhadap kendala pemasaran yang belum terdigitalisasi, manajemen SDM yang belum optimal, dan pelaporan keuangan yang masih bersifat manual. Lebih dari sekadar mengatasi masalah, upaya ini diharapkan membuka pintu bagi pertumbuhan yang berkelanjutan bagi UMKM tersebut, membantu mereka untuk beradaptasi dengan perubahan pasar dan teknologi, serta meningkatkan daya saing dalam ranah bisnis yang semakin terhubung secara digital.

B. METODE

Metode penelitian yang digunakan untuk kegiatan pendampingan terhadap UMKM "Susu Kedelai Maknyus" memiliki serangkaian tahapan yang terstruktur. Tahap awal mencakup observasi yang dilakukan oleh mahasiswa untuk memperoleh gambaran awal tentang operasional bisnis UMKM tersebut. Langkah berikutnya melibatkan pengumpulan informasi lebih lanjut terkait kegiatan bisnis, yang diperoleh melalui proses wawancara dengan pemilik usaha. Selama tahap ini, informasi yang relevan dengan permasalahan yang dihadapi UMKM dikumpulkan secara komprehensif. Setelah memperoleh pemahaman yang mendalam, langkah selanjutnya adalah melakukan pemetaan masalah serta pembagian tugas di antara anggota tim. Hal ini bertujuan untuk fokus pada aspek-aspek kunci yang perlu diperbaiki atau ditingkatkan dalam bisnis tersebut. Tahapan berikutnya adalah implementasi dari pendampingan yang telah direncanakan sebelumnya. Selama fase ini, mahasiswa melakukan pendampingan langsung terhadap UMKM dengan menerapkan solusi-solusi yang telah mereka rancang. Akhirnya, tahap evaluasi dilakukan bersama dengan Dosen Pembimbing Lapangan (DPL) untuk mengevaluasi efektivitas solusi yang diimplementasikan serta dampak yang dihasilkan bagi UMKM "Susu Kedelai Maknyus". Dengan pendekatan yang terstruktur ini, diharapkan hasil dari kegiatan pendampingan dapat memberikan kontribusi yang signifikan bagi perbaikan dan pertumbuhan bisnis UMKM tersebut.

C. HASIL DAN PEMBAHASAN**1. Hasil dan Pembahasan**

Berikut merupakan uraian hasil yang dicapai setelah melaksanakan Pendampingan UMKM yang dilaksanakan selama satu bulan yang bertempat di rumah Ibu Nurhayati yang beralamatkan di Jalan Patimura Desa Wonoasri Kecamatan Wonoasri Kabupaten Madiun. Jarak dari kampus Universitas PGRI Madiun ke UMKM Cemilane ifa adalah 14 km.

1) Pendampingan Terkait Produk

Para mahasiswa terlibat secara langsung dalam membantu UMKM dengan berbagai cara yang inovatif dan terfokus. Salah satu caranya adalah melalui pendampingan dan pelatihan terkait fotografi produk. Dengan keterampilan ini, mereka membantu UMKM untuk menghasilkan foto produk yang menarik dan berkualitas, memberikan daya tarik visual yang lebih kuat kepada konsumen. Tak hanya itu, mahasiswa juga berinovasi dalam aspek packaging dengan merancang kemasan botol yang lebih aman dan ramah lingkungan. Selain itu, mereka memberikan pelatihan dan inovasi dalam pengembangan produk dengan menambahkan varian rasa baru seperti gula merah dan pisang, memperluas ragam produk yang ditawarkan UMKM untuk menarik minat konsumen yang lebih luas. Selain fokus pada produk, mahasiswa juga memberikan solusi terkait keberlanjutan lingkungan dengan menggagas alternatif penggunaan tali yang ramah lingkungan, mengurangi ketergantungan pada plastik. Dengan berbagai kontribusi inovatif ini, mahasiswa membantu UMKM untuk meningkatkan kualitas produk, memperluas jangkauan pasar, dan secara keseluruhan, membantu UMKM untuk bertransformasi menjadi lebih berkelanjutan dan berdaya saing.

2) Pendampingan Pemasaran UMKM Susu kedelai

Mahasiswa terlibat secara aktif dalam meningkatkan strategi pemasaran UMKM Susu Kedelai dengan beberapa langkah yang terencana. Salah satunya adalah desain label produk, di mana mereka menciptakan desain yang menarik dengan informasi penting seperti nama usaha, komposisi produk, label halal, serta variasi rasa yang tersedia. Selain itu, mahasiswa membantu dalam inovasi kemasan yang lebih menarik dan mengadakan pendampingan foto produk yang memikat,

bertujuan untuk meningkatkan daya tarik produk di pasaran. Tidak hanya itu, mereka juga turut serta dalam pembuatan konten promosi untuk media sosial yang didedikasikan untuk produk Susu Kedelai ini. Selain memasarkan secara online melalui platform sosial media, langkah lainnya adalah mendaftarkan UMKM ini di platform Gojek dan Google Maps untuk memperluas jangkauan pasarnya. Kemudian, upaya tak terhenti di ranah digital, para mahasiswa juga membantu dalam pembuatan banner serta plang promosi yang ditempatkan strategis di sekitar lokasi UMKM Susu Kedelai, bertujuan untuk menarik perhatian calon konsumen secara langsung di area tersebut. Langkah-langkah ini merupakan upaya holistik dalam memperkuat citra dan pemasaran UMKM Susu Kedelai secara menyeluruh.

3) Pendampingan terkait Sumber Daya Manusia UMKM Susu Kedelai

Mahasiswa tidak hanya terlibat dalam pengembangan produk, tetapi juga aktif dalam memberikan pelatihan kepada pelaku UMKM Susu Kedelai. Mahasiswa memberikan pelatihan terkait penggunaan aplikasi Canva untuk menciptakan konten digital marketing yang menarik. Upaya ini menunjukkan keterlibatan yang holistik dari mahasiswa dalam membantu UMKM Susu Kedelai, tidak hanya dalam aspek pemasaran dan sumber daya manusia, tetapi juga dalam pengembangan produk, pemasaran digital, dan manajemen keuangan yang lebih efisien dan modern.

4) Pendampingan pada Bidang Keuangan UMKM Susu Kedelai

Peran mahasiswa dalam UMKM Susu Kedelai mencakup pengenalan terhadap penggunaan laporan keuangan digital yang telah memberikan transformasi signifikan. Sebelumnya, UMKM ini mengandalkan metode tradisional dengan pencatatan manual laporan keuangan di buku. Namun, dengan bantuan mahasiswa, sekarang UMKM telah memperkenalkan format laporan keuangan digital berupa tabel yang mempermudah strukturisasi dan kejelasan laporan keuangan serta laporan laba rugi. Perubahan ini memberikan kemudahan dalam memantau dan menganalisis kinerja keuangan UMKM Susu Kedelai, memungkinkan pemilik usaha untuk dengan lebih cepat dan efisien membuat keputusan yang berdasarkan data yang lebih terstruktur dan terorganisir. Dengan adanya perubahan ini, transisi

dari metode tradisional ke digital dalam pembuatan laporan keuangan telah memberikan nilai tambah yang signifikan bagi efisiensi operasional dan pengelolaan keuangan UMKM tersebut.



Gambar 1. Pendampingan UMKM "Susu Kedelai Maknyus"

D. SIMPULAN

Dalam pendampingan yang dilakukan oleh mahasiswa terhadap UMKM "Susu Kedelai Maknyus" berbagai inovasi dan upaya telah dilakukan untuk meningkatkan berbagai aspek bisnis. Dari pembuatan desain produk yang menarik hingga pemasaran yang lebih luas melalui platform online, mahasiswa telah berhasil memberikan kontribusi signifikan. Tidak hanya itu, pengenalan solusi digital dalam manajemen keuangan juga telah membawa perubahan besar dalam efisiensi operasional UMKM. Inovasi-inovasi ini mencerminkan bagaimana kolaborasi antara mahasiswa dan UMKM mampu menghadirkan perubahan yang signifikan, meningkatkan daya saing, dan memperluas potensi pertumbuhan bisnis. Melalui pendekatan terstruktur, hasilnya telah membuktikan bahwa integrasi solusi digital dengan praktik bisnis tradisional dapat menciptakan transformasi yang luar biasa bagi UMKM. Dengan demikian, melalui keterlibatan aktif mahasiswa, UMKM "Susu Kedelai Maknyus"

telah mengalami peningkatan yang berarti dalam berbagai aspek operasionalnya, menegaskan pentingnya kolaborasi dalam mendorong pertumbuhan dan inovasi di ranah UMKM lokal.

DAFTAR PUSTAKA

Ali, R. (2013). Strategi Penguatan Ekonomi Domestik dan Digitalisasi dalam Meningkatkan Ketahanan Ekonomi: Studi Kasus Industri Pengolahan di Jawa Barat dengan Pendekatan NDEAS- Model. *WJES*, 1(1). <http://www.nber.org/papers/w16019>

Poenna, D. (2023). *Peran PT LKMS Mahirah Muamalah Dalam Meningkatkan Pendapatan Usaha Mikro Kecil Menengah (UMKM) ditinjau dari Maqashid Syariah di Kota Banda Aceh* (Doctoral dissertation, UIN Ar-Raniry).

Tribudhi, D. A. (2022). Bab 7 Strategi Branding Dan Marketing Umkm. *Ekonomi Kreatif*, 146.