

## IMPLEMENTASI STRATEGI PENGELOLAAN SDM DAN DIGITAL MARKETING UNTUK KEMAJUAN UMKM HEALTHY FOOD PADA CEMILAN PEMALANG DI DESA PEGATUNGAN KELURAHAN MULYOHARJO KABUPATEN PEMALANG

Santi Suciningtyas<sup>1</sup>  
Anis Setyorini<sup>2</sup>  
Nunung Wulansari<sup>3</sup>  
Wildatun Sofia<sup>4</sup>  
Andi Arif<sup>5</sup>

<sup>1,2,3,4</sup> Program Studi Manajemen Institut Teknologi dan Bisnis Adias

<sup>5</sup> Program Sistem Informasi Institut Teknologi dan Bisnis Adias

### ARTICLE INFO

#### Article history:

Received : 9 Juli 2025

Revised : 1 Agustus 2025

Accepted : 9 Agustus 2025

#### Key words:

Digital Marketing, Pengelolaan SDM, UMKM

DOI: 10.62335

### ABSTRACT

*This community service activity aims to improve the management of MSMEs, ensuring their competitiveness and high economic value through various efforts tailored to the demands of the digital era. Several challenges in the field include suboptimal human resource management, which serves as the primary driver in business planning, implementation, and evaluation. Other challenges are also evident in marketing strategy efforts and the lack of simple bookkeeping practices. The implementation method involves direct mentoring and the provision of relevant literacy. The results of this activity demonstrate an increase in skills and understanding of MSME management efforts related to the importance of task allocation in the business, digital marketing strategies, and simple bookkeeping.*

### ABSTRAK

*Kegiatan pengabdian masyarakat ini untuk peningkatan kemajuan pengelolaan UMKM sehingga memiliki daya saing dan nilai ekonomis yang tinggi melalui berbagai upaya-upaya yang menyesuaikan tuntutan di era digitalisasi. Berbagai permasalahan yang ada di lapangan adalah belum optimalnya manajemen sumber daya manusia yang berfungsi sebagai penggerak utama dalam perencanaan, pelaksanaan maupun evaluasi usaha. Tantangan lain juga terlihat pada upaya strategi pemasaran serta belum melakukan pencatatan pembukuan sederhana dalam usaha. Metode pelaksanaan kegiatan yaitu dengan pendampingan secara langsung dan pemberian literasi-literasi yang relevan. Hasil kegiatan ini menunjukkan peningkatan ketrampilan dan pemahaman upaya-upaya pengelolaan UMKM terkait pentingnya pembagian tugas dalam usaha, strategi marketing digital dan pembuatan pembukuan sederhana.*

<sup>1</sup> Corresponding author: [suciningtyassanti@gmail.com](mailto:suciningtyassanti@gmail.com)

## **PENDAHULUAN**

UMKM memegang peranan penting sebagai sektor yang potensial dan penjaga stabilitas perekonomian secara umum, mengingat usaha kecil dan menengah mempunyai keterlibatan yang sangat tinggi terhadap angkatan kerja dan peningkatan kesejahteraan rakyat. UMKM merupakan singkatan dari Usaha Mikro, Kecil, Menengah. Namun, jika diruntut dari definisi dan sudut pandang yang berbeda, UMKM memiliki pengertian yang jauh lebih luas. (Khasanah, 2023).

Perkembangan di era globalisasi sangat bergantung pada sektor ekonomi sebagai ukuran keberhasilan yang dilakukan oleh pemerintah. Peran masyarakat dalam pembangunan nasional, khususnya dalam pembangunan ekonomi, adalah usaha mikro, kecil dan menengah (UMKM). UMKM juga terbukti menyerap tenaga kerja yang lebih besar dalam perekonomian nasional. Dengan demikian UMKM dianggap memiliki peran strategis dalam mengurangi pengangguran dan kemiskinan. Untuk kontribusi dan peran UMKM, penting bagi pemerintah untuk terus mendukung UMKM melalui penguatan sehingga peran mereka sebagai pilar dalam membangun ekonomi bangsa dapat berjalan optimal. (Sarfiyah, Atmaja, & Verawati, 2019)

Dalam hal ini, kegiatan pengabdian masyarakat, perguruan tinggi Institut dan Teknologi Adias bermitra dan bekerja sama dengan masyarakat khususnya UMKM dan pemangku kepentingan yang lain dan masyarakat diposisikan sebagai subjek/pelaku/agen penting dalam proses penyelesaian suatu masalah atau kegiatan pembangunan. Dalam kegiatan penyelesaian suatu masalah pada sebuah usaha, civitas akademika sebagai agen perubahan berperan sebagai motivator, dinamisator, inovator, dan fasilitator bagi UMKM yang didampinginya. (Sihombing & Yanris, 2020)

Obyek usaha dalam kegiatan pengabdian masyarakat ini adalah di fokuskan pada UMKM yang bergerak di bidang makanan sehat, yaitu Cemilan Pernalang. Hal ini karena usaha ini merupakan pelopor makanan sehat yang ada di Pernalang di mana usaha yang sejenis masih jarang ditemukan, bahkan langka. Berdasarkan identifikasi permasalahan yang dihadapi UMKM oleh penulis Cemilan Pernalang antara lain belum memiliki Surat Ijin Berusaha (NIB), belum memiliki struktur usaha yang jelas, belum memiliki stateg pemasaran yang tepat sesuai tuntutan perkembangann, minim administrasi keuangan, belum memiliki katalog produk, belum memiliki profil usaha, banner yang sudah tidak layak, dan permasalahan yang lain.

Dengan melihat kondidi-kondisi tersebut perlu dilakukan pendampingan secara langsung sehingga akan banyak mendapatkan liiterasi berbagai informasi dan conto-contoh inspiratif yang bisa diterapkan untuk kemajuan usahanya. Pendampingan juga akan menngkatkan pemahaman sekaligus skil dalam mengelola UMKM dengan orientasi yang jelas menyesuaikan tuntutan lingkungan baik internal maupun eksternal. Melalui pemilih program yang tepat akan menyelesaikan permasalahan-permasalahan yang bersifat mendesak. UMKM ini juga memiliki keunggulan tersendiri yaitu tidak hanya usaha tetapi juga berupaya menyadarkan masyarakat tentang gaya hidup sehat dngan menu makanan yang enak tapi sehat.

Sesuai dengan rencana yang telah ditentukan sebelum melakukan kegiatan pendampingan, kegiatan pengabdian kepada masyarakat ini diawali dengan tahap persiapan yaitu melakukan kunjungan dan mengidentifikasi permasalahan dari UMKM Cemilan Pernalang. Pelaksanaan identifikasi masalah ini dilakukan dengan langsung turun ke tempat usaha dan melakukan komunikasi secara langsung kepada pemilik usaha terkait masalah yang dihadapi. Dengan komunikasi yang baik pelaku usaha dapat terbuka menjelaskan masalah yang dihadapi dalam menjalankan usahanya.

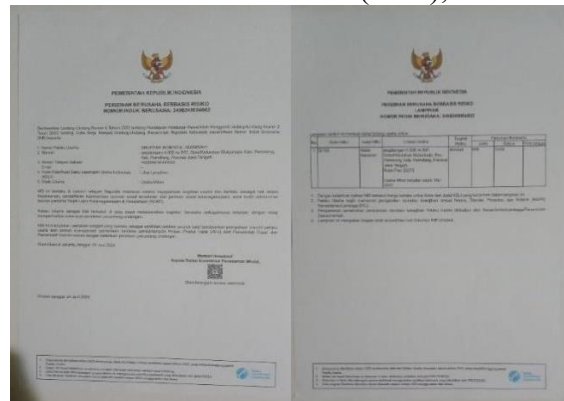
## **METODE PELAKSANAAN**

Metode kegiatan dilakukan dengan pendampingan secara langsung selama 1 bulan mencakup beberapa tahapan yaitu identifikasi masalah, perencanaan kegiatan pembuatan

berbagai program-program yang direncanakan dan implementasi atau penyerahan hasil program serta oengarahan secara langsung hasil-hasil kegiatan kepada pihak UMKM.

## HASIL DAN PEMBAHASAN

Tahapan kegiatan yang pertama yaitu pembuatan surat Nomor Ijin Berusaha (NIB). NIB merupakan identitas pelaku usaha baik usaha perorangan, badan usaha, maupun badan hukum yang diterbitkan oleh Lembaga OSS setelah pelaku usaha melakukan pendaftaran. NIB juga berlaku sebagai Tanda Daftar Perusahaan (TDP),



Gambar 1. Surat NIB

Tahapan kegiatan yang ke dua yaitu pembuatan katalog produk. Katalog adalah suatu sarana untuk menemubalikkan suatu bahan pustaka dari koleksi suatu perpustakaan (Fatmawati & Patria, 2023). Katalog produk juga bisa diartikan sebagai daftar makanan yang sudah dilengkapi dengan harga yang disediakan sebuah tempat usaha untuk menarik pelanggan serta memberikan nilai terhadap sebuah hidangan.



Gambar 2. Katalog Produk

Tahapan kegiatan yang ketiga yaitu pembuatan *barcode* QRIS. QRIS merupakan standar kode QR untuk pembayaran digital melalui aplikasi uang elektronik berbasis *server*, dompet elektronik, atau *mobile banking*. Tujuan adanya QRIS ini agar pembayaran digital menjadi lebih mudah bagi masyarakat dan dapat diawasi oleh regulator satu pintu karena telah berstandar. (Sekarsari, et al., 2021)



**Gambar 3. Katalog Produk**

Tahapan kegiatan yang ke empat yaitu pembuatan video promosi. Video promosi dapat diartikan sebagai sebuah bentuk konten pemasaran yang menggunakan media video untuk mempromosikan produk atau layanan kepada konsumen dengan cara yang efektif dan menarik (Cahyadi & Tangsi, 2023). Video promosi bermanfaat untuk memberikan informasi mengenai suatu produk kepada masyarakat luas, sehingga menarik minat.



**Gambar 4. Produksi**

Tahapan kegiatan yang ke lima yaitu pembukuan sederhana. Pembukuan sederhana adalah proses pencatatan yang dilaksanakan secara teratur dengan tujuan untuk mengumpulkan data maupun informasi keuangan (Iswara, Setyabudi, & Palupi, 2022). Tujuan dari pembukuan sederhana ini adalah untuk mengetahui pemasukan dan pengeluaran kas dalam periode tertentu, mengetahui berapa modal yang dikeluarkan, dan juga untuk mengetahui berapa laba atau rugi yang dihasilkan dari usaha tersebut selama periode tertentu.

**Tabel 1. Catatan Pengeluaran**

Tanggal	Nama Penjual/Barang	Jumlah pembelian				No. Bon	Tanggal Pembayaran	Keterangan
		Modal	Rutin Usaha	Promosi	Lain-lain			
31	Pembelian bahan baku	394.000						
	Gas		20.000					
	Promosi			75.000				
	Bensin	50.000						
1	Membeli selada 1kg	25.000						
5	Membeli kol ungu 1kg	35.500						
7	Membeli wortel, jagung manis, dan timun	20.000						

11	Membeli beef slice 500gr, chicken slice 500gr, dan saus sachet	138.500						
19	Membeli Saus Salad dan mayonaise	46.000						
29	Membeli paper box, paper bowl, plastik, dan cup saus		129.000					
	Stiker dan Kemasan Box		64.000					
30	Biaya Listrik		100.000					
	Gaji		910.000					
		709.000	1.223.000	75.000				

Tahapan kegiatan berikutnya yaitu perhitungan Harga Pokok Produksi (HPP). Harga pokok produksi adalah biaya manufaktur yang berkaitan dengan barang-barang yang diselesaikan dalam periode tertentu (Satriani & Kusuma, 2020). Manfaat perhitungan HPP adalah untuk mengetahui besarnya biaya yang dikeluarkan dalam produksi barang, sebagai alat bantu menentukan realisasi biaya produksi, sebagai penentu harga jual barang, dan untuk mengoptimalkan keuntungan yang dihasilkan dari penjualan produk.

**Tabel 2. Perhitungan HPP**

<b>UMKM Cemilan Pemasang</b>			
<b>Laporan Biaya Produksi &amp; Harga Pokok Produksi</b>			
<b>Biaya Bahan Baku</b>			
Saos Wijen	Rp	7,500	
Selada	Rp	11,500	
<i>Chicken Slice</i>	Rp	8,750	
Cup Saos	Rp	1,600	
Plastik Kresek	Rp	4,400	
Wortel	Rp	2,000	
Timun	Rp	2,000	
Rice Paper	Rp	6,000	
<b>Jumlah BBB</b>			Rp 43,750
<b>Biaya Tenaga Kerja Langsung</b>			
Upah Karyawan (1xRp 35.000)	Rp	35,000	
<b>Jumlah BTKL</b>			Rp 35,000
<b>Biaya Overhead Pabrik</b>			
Kemasan Box Lunch	Rp	7,000	
Stiker	Rp	2,500	
Gas	Rp	5,000	
<b>Jumlah BOP</b>			Rp 14,500
<b>Total Biaya Produksi</b>			Rp 93,250
<b>Biaya Operasional</b>			
Biaya Transport	Rp	5,000	
Biaya Promosi	Rp	9,500	
<b>Total Biaya Operasional</b>			Rp 14,500
<b>Total Biaya</b>			Rp 107,750
<b>Perhitungan Harga Pokok Produksi</b>			
Kapasitas Produk			5 pcs

Harga Pokok Produksi per pcs	Rp	21,550
Harga Penjualan	Rp	25,000
Keuntungan	Rp	3,450

Tahapan kegiatan berikutnya yaitu pembuatan struktur organisasi. Struktur organisasi merupakan gambaran dalam menetapkan bagaimana tugas akan dibagi, siapa melapor kepada siapa, dan mekanisme koordinasi yang formal serta pola interaksi yang akan diikuti. Pada organisasi formal struktur direncanakan dan merupakan usaha sengaja untuk menetapkan pola hubungan antara berbagai komponen, sehingga dapat mencapai sasaran secara efektif (Juru, 2020). Manfaat struktur organisasi bermanfaat untuk mengalokasikan wewenang dan tanggung jawab.



Gambar 5. Struktur Organisasi

## SIMPULAN

Berdasarkan pelaksanaan kegiatan pengabdian masyarakat pada tim telah merealisasikan beberapa program usaha membantu dalam kekurangan yang ada pada UMKM Cemilan Pemasang tersebut, program yang telah kami buat adalah sebagai berikut:

1. Pembuatan Surat Ijin Usaha (NIB)
2. Pembuatan Katalog Produk
3. Pembuatan *Banner* Usaha
4. Pembuatan *Barcode* QRIS
5. Pembuatan Video Promosi
6. Pembukuan Sederhana
7. Perhitungan Harga Pokok Produksi (HPP)
8. Pembuatan Struktur Organisasi

Harapan utama dari pengabdian masyarakat adalah agar program yang dijalankan dapat memberikan dampak positif dan berkelanjutan bagi Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah (UMKM). Ini mencakup peningkatan pendapatan, efisiensi operasional, kualitas produk, serta daya saing UMKM secara keseluruhan. Selain itu, pengabdian masyarakat juga diharapkan dapat meningkatkan kesadaran pelaku UMKM tentang pentingnya digitalisasi, pemasaran, dan manajemen keuangan untuk mengembangkan usaha mereka.

## DAFTAR PUSTAKA

- Arifin, R. W. (2015). Peran Facebook Sebagai Media Promosi Dalam Mengembangkan Industri Kreatif. *BINA INSANI ICT JOURNAL*, 2, 117-126.
- Cahyadi, D., & Tangsi. (2023). *Video Promosi* (Pertama ed.). Makassar: Badan Penerbit UNM.
- Fatmawati, P. D., & Patria, A. S. (2023). Perencanaan Katalog Produk UMKM WAWA Food and Cookies. *Jurnal Desgrafia*, 1, 133-144. doi:<https://ejournal.unesa.ac.id/index.php/>
- Iswara, U. S., Setyabudi, T. G., & Palupi, D. (2022). Pelatihan Pembukuan Sederhana Bagi UMKM Macro Coffee Roastery. *Jurnal Pengabdian pada Masyarakat*, 2, 485-489. doi:[xxx/ejpm.v%i%.xxxx](https://ejournal.unesa.ac.id/index.php/ejpm.v%i%.xxxx)
- Juru, N. A. (2020). Analisis Struktur Organisasi Terhadap Kinerja Sekretariat Dewan Perwakilan Rakyat Daerah Kabupaten Buleleng. *JIMEA : Jurnal Ilmiah MEA (Manajemen, Ekonomi, dan Akuntansi)*, 4, 408-421.
- Khasanah. (2023). Peran UMKM (Usaha Mikro Kecil Menengah) Guna Meningkatkan Kesejahteraan Masyarakat. *Demagogi Journal of Social Sciences, Economics and Education Vol. 1 No. 1*.
- Sarfiah, S. N., Atmaja, E. H., & Verawati, M. D. (2019). UMKM SEBAGAI PILAR MEMBANGUN EKONOMI BANGSA. *Jurnal REP (Riset Ekonomi Pembangunan) Vol. 4 No. 1*.
- Satriani, D., & Kusuma, V. V. (2020). Perhitungan Harga Pokok Produksi Dan Harga Pokok Penjualan Terhadap Laba Penjualan. *JIMEA : Jurnal Ilmiah MEA (Manajemen, Ekonomi, dan Akuntansi)*, 4, 438-453.
- Sekarsari, K. A., Indrawati, C. D., & Subarno, A. (2021). Optimalisasi Penerapan Quick Response Code Indonesia Standar (QRIS) Pada Merchant Di Wilayah Surakarta. *JIKAP : Jurnal Informasi Dan Komunikasi Administrasi Perkantoran*, 5. doi:<http://jurnal.uns.ac.id/JIKAP>
- Sihombing, V., & Yanris, G. J. (2020). PENERAPAN APLIKASI DALAM MENGOLAH ASET DESA (STUDI KASUS : KEPENGHULUAN SRI KAYANGAN). *Jurnal Mantik Penusa*, 4.
- Siswanto, E., Kusumajaya, R. A., & Fitriani, N. (2021). Pembuatan Multimedia Company Profile CV. Sarana Wijaya Sebagai Media Informasi. *Jurnal Ilmiah Manajemen Dan Kewirausahaan*, 1, 17-32. doi:<http://journal.politeknik-pratama.ac.id/index.php/IMK>
- Wulandari, I., & Budiantara, M. (2022). Pembuatan Nomor Induk Berusaha (NIB) Melalui Online Single Submission. *DINAMISIA : Jurnal Pengabdian Kepada Masyarakat*, 6, 386-394. doi:<https://doi.org/10.31849/dinamisia.v6i2.8205>
- Yuningsih, N. D., Sulastri, F., & Anwar, A. S. (2024). Penguatan Strategi Pemasaran Pada Usaha Mikro Kecil dan Menengah Muhammad Fahmi Telur Di Kelurahan Mekarjati. *Abdima : Jurnal Pengabdian Mahasiswa*, 3.