

Sinergi Digital Untuk Meningkatkan Ekonomi Kreatif UMKM D & R Snack Di Desa Baturetno

Winda Azmi Meisari¹, Nurul Aisah^{2*}, Aisyah Mutia Dawis³

¹Administrasi Rumah Sakit, Fakultas Ilmu Kesehatan, Universitas 'Aisyiyah Surakarta

²Manajemen Retail, Fakultas Bisnis dan Ekonomi, Universitas 'Aisyiyah Surakarta

³Sistem dan Teknologi Informasi, Fakultas Sains dan Teknologi, Universitas 'Aisyiyah Surakarta

*Email: nurulaisah@aiska-university.ac.id

Abstract

The aim and focus of this community service is the application of appropriate technology and improving management skills and productivity of partner businesses. Baturetno Village has advantages, one of which is culinary MSMEs, including D & R SNACK MSMEs. The problem that occurs with D & R SNACK MSME partners is that the production process in making and packaging is still manual and simple and does not have appropriate technology to support business production and marketing. To solve partner problems, several stages of activities are used which include outreach, training, technology implementation, mentoring and sustainability. The overall results of the activity have succeeded in having a positive impact on D & R Snack MSMEs, namely the application of appropriate technology in the production and marketing processes and partners experiencing a 100% increase in knowledge and skills in product packaging management and financial management. The benefits of this community service, with TTG provided, can increase business effectiveness and efficiency, increase wider market share, improve product quality with good packaging and more detailed finances.

Keywords: Creative Economy, Digital Synergy, MSME D&R SNACK

Abstrak

Tujuan dan fokus pengabdian kepada masyarakat ini adalah penerapan teknologi tepat guna dan meningkatkan ketrampilan manajemen dan produktivitas usaha mitra. Desa Baturetno yang memiliki keunggulan salah satunya di UMKM kuliner, diantaranya yaitu UMKM D & R SNACK. Permasalahan yang terjadi pada mitra UMKM D & R SNACK yaitu dalam proses produksi dalam pembuatan dan pengemasan yang masih manual dan sederhana serta belum memiliki teknologi tepat guna untuk menunjang produksi dan pemasaran usaha. Untuk menyelesaikan masalah mitra, menggunakan beberapa tahapan kegiatan yang meliputi kegiatan sosialisasi, pelatihan, implementasi teknologi, pendampingan, dan berkelanjutan. Hasil kegiatan secara keseluruhan, telah berhasil memberikan dampak positif terhadap UMKM D & R Snack yaitu diterapkannya teknologi tepat guna dalam proses produksi dan pemasaran serta mitra mengalami peningkatan pengetahuan dan keterampilan sebesar 100% dalam manajemen pengemasan produk dan manajemen keuangan. Manfaat pengabdian masyarakat ini, dengan TTG yang diberikan dapat meningkatkan efektivitas dan efisiensi usaha, meningkatkan pangsa pasar yang lebih luas, meningkatkan kualitas produk dengan pengemasan yang baik serta keuangan yang lebih terperinci.

Kata Kunci: Ekonomi Kreatif, Sinergi Digital, UMKM D&R SNACK

Pendahuluan

Pandemi COVID-19 berdampak pada banyak industri, terutama ekonomi di seluruh dunia. *International Monetary Fund* (IMF) memperkirakan pertumbuhan ekonomi global akan turun di angka 3%. Di Indonesia, hal ini tentunya juga memiliki dampak yang cukup signifikan terhadap pariwisata, sektor perdagangan, industri termasuk Pelaku Usaha Mikro, Kecil dan Menengah (UMKM) (Jefri & Ibrohim, 2021; Siagian & Cahyono, 2021). Ekonomi kreatif didukung oleh program pemerintah dan wirausaha kreatif (Listari et al., 2021; Tadjuddin & Mayasari, 2019). Konsep ekonomi yang disebut "Ekonomi Kreatif" bertujuan untuk meningkatkan kreativitas dan informasi dengan menggunakan pengetahuan dan gagasan dari sumber daya manusia sebagai komponen utama produksi (Halim, 2022; Kustanti, 2022).

Desa Baturetno yang memiliki keunggulan salah satunya di UMKM kuliner. Salah satu diantaranya yaitu UMKM D & R SNACK didirikan oleh Ibu Ratna Kamalia sejak tahun 2015. D & R SNACK telah berdiri selama 9 tahun, dan memiliki 14 karyawan. D & R SNACK berfokus pada produk atau makanan yang mudah diakses di warung warung kecil, jadi mereka menerapkan tahap desain. Pengembangan produk UMKM ini terjadi secara bertahap atau parallel. Tata letak UMKM D & R SNACK ini didasarkan pada aliran produksi proses paling akhir terdiri dari pembuatan bahan baku mentah, penggorengan, pengemasan, dan pemasaran produk.

Analisis situasi dan permasalahan mitra yang terjadi di UMKM D & R SNACK yaitu proses produksi dalam pembuatan dan pengemasan yang masih manual dan sederhana serta belum memiliki teknologi tepat guna untuk menunjang produksi dan pemasaran usaha. Dari proses produksi yang masih sederhana dan belum memiliki teknologi tepat guna yang memadai mengakibatkan pengelolaan usaha yang kurang maksimal, misalnya pengemasan masih manual sehingga tampilan produk menjadi tidak menarik dan tidak tahan lama. Berdasarkan permasalahan yang dialami oleh mitra, maka Tim PKM tergerak untuk berkontribusi dalam mewujudkan "Ekonomi Kreatif" khususnya bagi UMKM D & R SNACK karena dirasa UMKM tersebut memiliki peluang yang besar di pasar usaha.

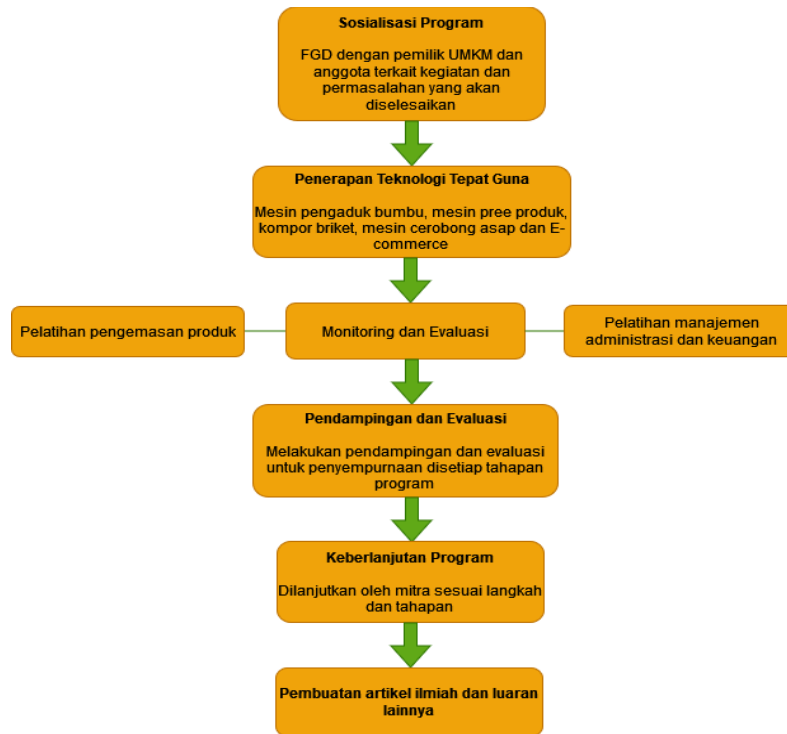
Tujuan pelaksanaan kegiatan dan fokus pengabdian kepada masyarakat ini adalah penerapan teknologi tepat guna dan meningkatkan ketrampilan manajemen dan produktivitas usaha mitra sehingga mampu mewujudkan gerakan "Ekonomi Kreatif" yang dapat meningkatkan pendapatan serta membuka lapangan pekerjaan baru. Dengan solusi yang ditawarkan berupa pelatihan dan penerapan teknologi tepat guna dalam proses produksi dan pemasaran serta pelatihan manajemen administrasi keuangan. Manfaat pelaksanaan kegiatan ini adalah dengan TTG yang diberikan dapat meningkatkan efektivitas dan efisiensi usaha, meningkatkan pangsa pasar yang lebih luas, meningkatkan kualitas produk dengan pengemasan yang baik dan peningkatan manajemen administrasi dan keuangan yang terperinci dan terstruktur, operasional usaha dapat berjalan efektif dan efisien.

Metode Pengabdian

Kegiatan pengabdian masyarakat ini dilaksanakan di tempat UMKM D&R Snack yang berada Baturetno, Bantul, Daerah Istimewa Yogyakarta dan diikuti oleh mitra yang terdiri dari 14 anggota dan tim pengabdian. Untuk menyelesaikan masalah mitra, menggunakan beberapa tahapan kegiatan yang akan

diimplementasikan yang meliputi kegiatan 1) sosialisasi, 2) pelatihan, 3) implementasi teknologi, 4) pendampingan, dan 5) berkelanjutan (Rithmaya et al., 2024). Penggunaan kelima metode ini memastikan pendekatan yang komprehensif, partisipatif, dan berkelanjutan dalam pengabdian masyarakat. Pendekatan ini tidak hanya berfokus pada hasil jangka pendek tetapi juga mendorong pemberdayaan masyarakat secara mandiri dan berkelanjutan di bidang kewirausahaan. Tahapan metode pelaksanaan program pengabdian masyarakat disajikan sebagai berikut:

1. Sosialisasi. Sebelum kegiatan dan program dilaksanakan, Focus Group Discussion (FGD) dilakukan untuk mencapai persamaan persepsi dalam merencanakan kegiatan pengabdian masyarakat agar tujuan pengabdian dapat dicapai. Diskusi ini mencakup tempat pengabdian, waktu yang dialokasikan untuk program, dan alat yang digunakan.
2. Pelatihan. Pelatihan pengemasan produk dan pelatihan manajemen administrasi dan keuangan. Dilakukan dengan pemberian materi tentang jenis produk yang akan dikemas, jenis kemasan yang digunakan, teknik pengemasan yang benar, serta prinsip-prinsip keamanan dan kualitas. Hal yang perlu diperhatikan seperti kemasan, alat pengemas, label, dan perlengkapan keamanan seperti sarung tangan dan masker. Selain itu, pemberian materi pelatihan yang mencakup konsep-konsep dasar, teknik, dan praktik terbaik dalam manajemen administrasi dan keuangan. Mitra dilatih dengan pembuatan laporan produksi dan stok serta laporan keuangan harian, mingguan, bulanan dan tahunan.
3. Penerapan teknologi. Penerapan teknologi yang digunakan dalam program ini adalah pemberian mesin alat pengaduk bumbu, alat press, kompor briket dan cerobong asap. Mitra diberi pelatihan cara penggunaan mesin pengaduk bumbu, alat press produk, kompor briket dan cerobong asap dalam kegiatan pelatihan. Selain itu penerapan web e-commerce dengan katalog produk mitra yang dapat menjangkau pemasaran yang lebih luas.
4. Pendampingan dan evaluasi. Pendampingan pada mitra dilaksanakan saat proses kegiatan langsung yang melibatkan mahasiswa dan evaluasi dilakukan dengan memberikan data hasil dari setiap tahapan pelaksanaan program dan menyebarkan survei kepuasan mitra tentang program dan manfaatnya bagi mitra.
5. Keberlanjutan dalam program setelah dengan adanya peralatan teknologi tepat guna maka akan menjamin keberlanjutan dari program PKM dan dapat dilanjutkan oleh mitra sesuai langkah, tahapan dan jadwal yang telah ditetapkan



Gambar 1. Diagram Pelaksanaan Abdimas

Hasil dan Pembahasan

Program ini bertujuan untuk membantu UMKM D & R Snack dalam meningkatkan daya saing melalui penerapan teknologi digital dan peningkatan keterampilan dalam aspek pengemasan, manajemen administrasi, keuangan, serta pemasaran produk. Berikut adalah hasil dari setiap tahap kegiatan:

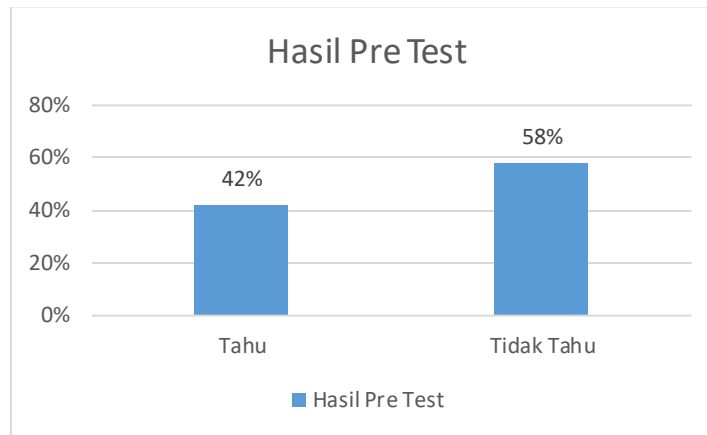
1. Sosialisasi

Kegiatan dimulai dengan sosialisasi mengenai pentingnya penerapan teknologi digital dan strategi ekonomi kreatif untuk meningkatkan daya saing UMKM. Sosialisasi ini diikuti oleh pemilik dan karyawan D & R Snack yang terdiri dari 14 anggota. Sosialisasi berhasil menumbuhkan kesadaran tentang pentingnya inovasi dan digitalisasi untuk mencapai pasar yang lebih luas dan berkelanjutan.

2. Pelatihan

Sebelum dilakukan pelatihan tim pengabdian melakukan pre test kepada para peserta pelatihan. Dari hasil pre dan post test yang dihadiri oleh 14 peserta didapatkan hasil olah data sebagai berikut:

Grafik 1. Hasil Pre Test Tingkat Pemahaman Peserta Tentang Manajemen Keuangan dan Pengemasan Produk



Dari hasil pre-test yang dilakukan oleh 14 peserta diketahui bahwa sebanyak 42% peserta menyatakan tahu tentang manajemen keuangan dan pengemasan produk sedangkan 58% peserta menyatakan tidak tahu tentang manajemen keuangan dan pemasaran. Hal ini berarti sebanyak 58% peserta masih memiliki pengetahuan yang rendah tentang pengemasan produk dan keuangan.

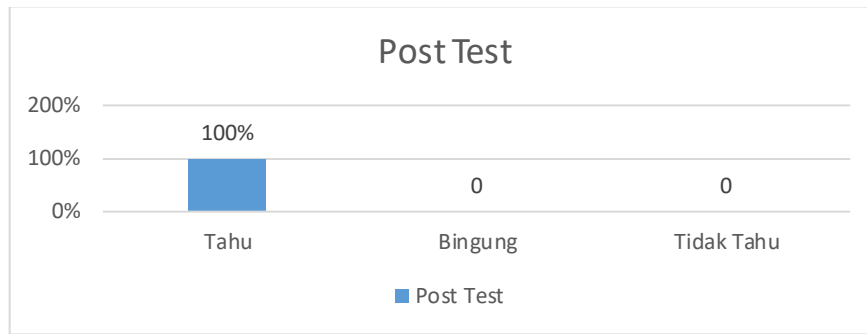
a. Pelatihan Pengemasan Produk

Peserta dilatih tentang teknik pengemasan produk yang menarik dan memenuhi standar industri. Kegiatan ini meliputi pemilihan bahan kemasan, desain yang menarik, serta cara pengemasan yang efisien. Hasilnya, D & R Snack kini memiliki logo dan kemasan baru yang lebih profesional, berdaya tarik konsumen, dan lebih mampu menjaga kualitas produk selama distribusi.

b. Pelatihan Manajemen Administrasi dan Keuangan

Pada tahap ini, peserta memperoleh pemahaman tentang pencatatan keuangan yang baik, pengelolaan administrasi, serta perencanaan keuangan yang efektif. Keterampilan ini sangat penting untuk memantau arus kas, menghitung biaya produksi, dan memastikan UMKM dapat membuat keputusan finansial yang tepat (Aisah & Syahputra, 2024). Setelah pelatihan ini, D & R Snack dapat menerapkan pencatatan keuangan sederhana yaitu laporan keuangan harian, mingguan, bulanan dan tahunan dan lebih memahami pentingnya pengelolaan keuangan yang baik.

Grafik 2. Hasil Post Test Tingkat Pemahaman Peserta Tentang Manajemen Keuangan dan Pengemasan Produk



Dari hasil post test yang dilakukan oleh 14 peserta diketahui bahwa seluruh peserta tahu tentang manajemen keuangan dan pengemasan produk dan tidak ada yang menyatakan bingung atau menyatakan tidak tahu. Hal ini berarti sebanyak 100% peserta sudah tahu dan paham tentang manajemen keuangan dan pengemasan produk.



Gambar 2. Pelatihan Pengemasan Produk dan Manajemen Keuangan

3. Penerapan Teknologi

Penerapan teknologi yang digunakan dalam program ini adalah pemberian mesin alat pengaduk bumbu, alat press, kompor briket dan cerobong asap. Mitra diberi pelatihan cara penggunaan mesin pengaduk bumbu, alat press produk, kompor briket dan cerobong asap dalam kegiatan pelatihan. Selain itu penerapan web e-commerce dengan katalog produk mitra yang dapat menjangkau pemasaran yang lebih luas. Membuat e-commerce untuk pemasaran digital dan perluasan usaha yang lebih luas untuk menghemat biaya pemasaran dan promosi, serta tenaga dan waktu sehingga pemasaran lebih efektif (Arrizal & Sofyantoro, 2020; Dawis & Cahyani, 2022; Ma'rifah et al., 2022) Pelatihan mengenai penggunaan teknologi digital untuk pemasaran dan penjualan produk dilakukan. Peserta diajari cara menggunakan aplikasi e-commerce untuk menjangkau konsumen yang lebih luas. D & R Snack kini telah memanfaatkan platform e-commerce untuk mempromosikan produknya dan sudah mulai memasarkan produknya secara online.



Gambar 3. Pemberian Teknologi Tepat Guna



Gambar 4. Packaging Hasil Pelatihan

RND SNACK
Halalan Toyiban
Melayani Pembelian Grosir

Tersedia:

- Slondok Udang
- Kacang Bawang
- Bakso Goreng

BUKA SETIAP HARI

PALING MURAH!

+628112334522 | Jl. Gilang Raya Tim. RT 12, Mantup, Baturetno, Banguntapan, Bantul, DIY

Gambar 5. Website E-Commerce <https://rndsnack.com/>

4. Pendampingan dan Evaluasi

Selama proses pelatihan, dilakukan pendampingan intensif guna memastikan penerapan materi yang diajarkan berjalan dengan baik. Tim pengabdian masyarakat melakukan evaluasi untuk menilai perkembangan dan dampak dari pelatihan yang telah diberikan. Evaluasi menunjukkan bahwa ada peningkatan dalam hal manajemen, pengemasan produk, dan pemasaran digital yang mulai diterapkan oleh D & R Snack.

5. Keberlanjutan Program

Untuk memastikan keberlanjutan program, tim pengabdian masyarakat memberikan saran dan rekomendasi strategi jangka panjang kepada D & R Snack. Diharapkan UMKM ini terus memanfaatkan teknologi digital dan mempertahankan standar kualitas dalam pengemasan serta pengelolaan keuangannya. Program ini juga mendorong kolaborasi lebih lanjut dengan UMKM lain di Desa Baturetno untuk saling berbagi pengalaman dan terus meningkatkan ekonomi kreatif di wilayah tersebut.

Secara keseluruhan, kegiatan pengabdian masyarakat ini telah berhasil memberikan dampak positif terhadap UMKM D & R Snack dan membangun fondasi bagi keberlanjutan usaha yang lebih baik. Hal ini dapat dibuktikan dari respon mitra yaitu ibu Ratna selaku pemilik D & R Snack mengatakan: *“Melalui program PKM dari Tim Universitas ‘Aisyiyah Surakarta ini telah memberikan dampak yang sangat positif bagi perkembangan usaha kami, baik dari segi efisiensi produksi maupun pemasaran digital”*. Diharapkan hasil dari kegiatan ini dapat menginspirasi UMKM lain di wilayah sekitar untuk mengikuti jejak inovasi dan digitalisasi guna meningkatkan potensi ekonomi kreatif.

Simpulan

Kegiatan pengabdian masyarakat telah berhasil mencapai tujuan utamanya, yaitu penerapan teknologi tepat guna dan teknologi serta peningkatan ketrampilan manajemen dan produktivitas usaha mitra. Penggunaan mesin pengaduk bumbu, alat press produk, kompor briket, dan platform e-commerce telah membantu D & R Snack untuk meningkatkan efisiensi produksi, menjaga kualitas produk, serta memperluas jangkauan pasar. Program ini tidak hanya meningkatkan kemampuan UMKM dalam memproduksi dan mengemas produk, tetapi juga membekali mereka dengan pengetahuan digital yang relevan dalam pemasaran. Lebih dari itu, program ini telah menunjukkan bahwa penerapan teknologi digital dapat menjadi solusi efektif bagi UMKM untuk bertahan dan berkembang di era yang semakin kompetitif. Program ini juga menggarisbawahi pentingnya kolaborasi dan pembelajaran berkelanjutan guna menciptakan ekosistem usaha yang lebih kuat dan inovatif.

Saran untuk memastikan keberlanjutan dan pengembangan yang lebih baik ke depannya adalah dengan peningkatan kapasitas dalam pengelolaan E-commerce, D & R Snack sebaiknya terus meningkatkan kemampuan dalam mengelola e-commerce, termasuk memanfaatkan fitur-fitur analitik untuk memantau tren penjualan, serta memperkuat strategi digital marketing untuk meningkatkan daya tarik produk. Selain itu, dapat melakukan pelatihan berkelanjutan untuk pengembangan keterampilan dan monitoring serta evaluasi berkala.

Ucapan Terima Kasih

Tim pengabdian mengucapkan terima kasih kepada Direktorat Riset, Teknologi, dan Pengabdian kepada Masyarakat (DRTPM), Direktorat Jenderal Pendidikan Tinggi, Riset, dan Teknologi, Kementerian Pendidikan, Kebudayaan, Riset, dan Teknologi yang telah menyediakan dana dan semua pihak yang membantu program dan menyelesaikan penulisan naskah ini.

Daftar Pustaka

- Aisah, N., & Syahputra, D. E. (2024). Pemberdayaan Usaha Mikro : Optimalisasi Kebutuhan Modal Umkm Melalui Dukungan Program Sekolah Wirausaha ‘ Aisyiah. *Al-Ijtimā: Jurnal Pengabdian Kepada Masyarakat*, 5(1), 229–237. <https://doi.org/https://doi.org/10.53515/ajjpkm.v5i1.107>
- Arrizal, Z., & Sofyantoro, S. (2020). Pemberdayaan Ekonomi Kreatif dan UMKM di Masa Pandemi Melalui Digitalisasi. *Birokrasi Pancasila: Jurnal Pemerintahan, Pembangunan Dan Inovasi Daerah*, 2(1), 39–48.
- Dawis, A. M., & Cahyani, R. F. A. (2022). Assistance Digital Marketing and Branding Strategy Sukoharjo Product on Ministry of Micro Small and Medium Enterprises. *JCOMENT (Journal of Community Empowerment)*, 3(2), 110–116. <https://doi.org/10.55314/jcoment.v3i2.263>
- Halim, A. (2022). Analisis Pengembangan Usaha Mikro, Kecil Dan Menengah (UMKM) Berbasis Ekonomi Kreatif Di Kabupaten Mamuju. *Jurnal Ilmiah Ilmu Manajemen*, 1(2), 2656–6265.
- Jefri, U., & Ibrohim, I. (2021). Strategi Pengembangan Usaha Mikro Kecil Menengah (UMKM) Berbasis Ekonomi Kreatif di Kecamatan Puloampel Kabupaten Serang Banten. *Jurnal Manajemen STIE Muhammadiyah Palopo*, 7(1), 86. <https://doi.org/10.35906/jm001.v7i1.730>
- Kustanti, R. (2022). Pengembangan UMKM Berbasis Ekonomi Kreatif di Kabupaten Jepara. *Jurnal Ekobistek*, 11, 239–244. <https://doi.org/10.35134/ekobistek.v11i3.366>
- Listari, S., Suharmiati, S., Fahsani, D. H., & Marselina, S. M. (2021). Pelatihan Ekonomi Kreatif Bagi UMKM Di Kota Bogor. *Jurnal Abdimas Dedikasi Kesatuan*, 2(1), 103–108. <https://doi.org/10.37641/jadkes.v2i1.1399>
- Ma’rifah, I., W, B. R. I., Rizqi, E. I., & Kustiningsih, N. (2022). Pengaruh Marketplace Dalam Meningkatkan Daya Saing Ekonomi Kreatif Pada Umkm D’Elixir. *Jurnal Revenue: Jurnal Ilmiah Akuntansi*, 2(2), 349–356. <https://doi.org/10.46306/rev.v2i2.78>
- Rithmaya, C. L., Ardianto, H., & Wulanditya, P. (2024). Peningkatan Potensi Kewirausahaan Siswa Melalui Pelatihan Dan Pendampingan Youth Entrepreneurship DI. 4(2), 7–16.

- Siagian, A. O., & Cahyono, Y. (2021). Strategi Pemulihan Pemasaran UMKM di Masa Pandemi Covid-19 Pada Sektor Ekonomi Kreatif. *Jurnal Teknologi Dan Sistem Informasi Bisnis*, 3(1), 206–217. <https://doi.org/10.47233/jiteksis.v3i1.212>
- Tajuddin, & Mayasari, N. (2019). Strategi pengembangan umkm berbasis ekonomi kreatif di kota palopo. *Journal of Islamic Management and Bussines*, 2(1), 9–22.