

Penerapan Penjualan Online Berbasis Aplikasi Swa-Commerce dan Pencatatan Keuangan Bagi Umkm Kuliner

Latifah Anom ^{1*}, Abdul Azis Safii ², Susilowati Rahayu ³, Murtini ⁴, Diah Ayu Romadhoni ⁵

^{1,2,4,5} Program Studi Manajemen, Sekolah Tinggi Ilmu Ekonomi Cendekia Bojonegoro, Indonesia

³ Program Studi Akuntansi, Sekolah Tinggi Ilmu Ekonomi Cendekia Bojonegoro, Indonesia

Abstrak

UMKM Kuliner yang memanfaatkan penjualan melalui platform online menghadapi kendala biaya administrasi dan pelayanan yang dikenakan oleh platform tersebut semakin tinggi. Biaya ini meliputi komisi penjualan, biaya iklan, dan biaya layanan lainnya yang dapat mengurangi margin keuntungan UMKM. Program pengabdian kepada masyarakat ini bertujuan untuk menerapkan sistem Penjualan Makanan dan Minuman Berbasis Swa-E-Commerce untuk mengurangi ketergantungan UMKM pada platform pemesanan online berbayar dengan mengembangkan sistem penjualan mandiri, serta meningkatkan pemahaman dan penerapan manajemen keuangan oleh pelaku UMKM. Mitra pada kegiatan ini adalah Paguyuban UMKM Kuliner Maliogoro. Metode yang digunakan mencakup pelatihan manajemen usaha, pemasaran digital, workshop penerapan aplikasi swa-ecommerce, serta pendampingan, dan evaluasi berkelanjutan. Hasil dari kegiatan ini menunjukkan adanya peningkatan pemahaman dan penerapan manajemen keuangan, pengelolaan usaha, serta kemampuan memasarkan produk melalui sistem penjualan berbasis swa-ecommerce. Pencapaian ini tidak hanya membuka peluang peningkatan pendapatan, tetapi juga menciptakan kemandirian usaha berbasis teknologi digital.

Kata Kunci: penjualan; UMKM kuliner; Pengelolaan keuangan; Platform online; Aplikasi swa-commerce

Korespondensi:

Latifah Anom
(latifahanom@gmail.com)

Received: 10-09-2024

Revised: 20-11-2025

Accepted: 05-12-2025

Published: 29-12-2025



Abstract

Culinary MSMEs that rely on sales through online platforms face challenges due to increasing administrative and service fees charged by these platforms. These costs include sales commissions, advertising fees, and other service charges that can reduce MSMEs' profit margins. This community service program aims to implement a Self-E-Commerce-Based Food and Beverage Sales System to reduce MSMEs' dependence on paid online ordering platforms by developing an independent sales system, as well as to improve financial management understanding and practices among MSME actors. The partner in this activity is the Maliogoro Culinary MSME Association. The methods used include business management training, digital marketing, workshops on the implementation of self-e-commerce applications, mentoring, and continuous evaluation. The results of this program show an increase in financial management knowledge and application, business management, as well as the ability to market products through the self-e-commerce sales system. These achievements not only open up opportunities for increased income but also foster business independence based on digital technology.

Keywords: sales; culinary MSMEs; financial management; online platforms; self-commerce applications

1. Pendahuluan

UMKM (Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah) merupakan pilar fundamental perekonomian Indonesia, termasuk di Kabupaten Bojonegoro. Sektor kuliner menjadi kontributor utama dalam perkembangan UMKM di wilayah ini, dengan Kawasan Maliogoro sebagai sentra destinasi kuliner unggulan yang menawarkan beragam

makanan khas seperti nasi buwahan, nasi pecel, sate, tahu campur dan lain sebagainya. Namun, di balik potensinya yang besar, pelaku UMKM kuliner di Maliogoro menghadapi tantangan kompleks dalam adaptasi teknologi digital, khususnya dalam aspek pemasaran dan manajemen keuangan.

Mayoritas UMKM masih bergantung pada platform e-commerce pihak ketiga (seperti GoFood, GrabFood, dan ShopeeFood) untuk memasarkan produk mereka. Meskipun platform ini menjangkau pasar yang luas, tingginya biaya komisi (15-30%) dan kebijakan algoritma yang tidak menguntungkan usaha kecil justru mengurangi margin keuntungan pelaku UMKM.

Biaya	GoFood (Gojek)	GrabFood	Shopee Food
Biaya Layanan (Komisi)	15-30% dari nilai pesanan*	20-30% dari nilai pesanan*	10-25% dari nilai pesanan*
Biaya Delivery	Rp 5.000–Rp 20.000 (tergantung jarak)	Rp 6.000–Rp 25.000 (tergantung jarak)	Rp 5.000–Rp 15.000 (tergantung jarak)
Biaya Promosi	Biaya iklan (jika ingin muncul di halaman utama)	Biaya iklan untuk prioritas pencarian	Biaya promo atau diskon yang ditanggung UMKM
Biaya Transaksi	Biaya administrasi pembayaran (1-3%)	Biaya administrasi pembayaran (1-3%)	Biaya administrasi pembayaran (1-2%)

Tabel 1. Biaya Layanan dan Delivery pada Kemitraan E-commerce Food and Beverage

Sumber: dirangkum dari berbagai sumber

Masalah lain yang dihadapi anggota paguyuban UMKM Maliogor adalah terkait lemahnya kapasitas manajemen keuangan, pencatatan transaksi masih belum rutin, pencampuran keuangan pribadi dan usaha, serta ketidakmampuan menghitung biaya produksi secara akurat. Hal tersebut menyebabkan banyak UMKM kesulitan mendapatkan gambaran perkembangan laba usaha secara riil. Bahkan Sebagian UMKM tidak melakukan pencatatan keuangan, sehingga mengalami kesulitan melakukan pengembangan usaha (Dewi & Nasution, 2013; Setyari, 2012).

Studi pendahuluan yang dilakukan terhadap 30 UMKM di Kawasan Maliogoro menunjukkan bahwa 85% pelaku usaha tidak memiliki pembukuan terstruktur, sementara 90% di antaranya mengalokasikan lebih dari 20% pendapatan untuk biaya komisi platform. Kondisi ini diperparah dengan minimnya literasi digital untuk mengembangkan platform mandiri dan strategi pemasaran berbasis teknologi.

Berdasarkan pada permasalahan yang dihadapi mitra, maka tujuan PKM ini bertujuan pada dua aspek kritis:

1. Penerapan Sistem Penjualan Makanan dan Minuman Berbasis Swa-E-Commerce. Mengurangi ketergantungan UMKM pada platform pemesanan online berbayar dengan mengembangkan sistem penjualan mandiri (swa-e-commerce). Dari Penerapansistem ini UMKM dapat menekan biaya komisi platform, membangun branding yang konsisten, dan menjalin hubungan langsung dengan pelanggan. Selain itu, sistem ini memungkinkan UMKM mengontrol stok, promosi, dan layanan pengiriman sesuai kapasitas usaha.
2. Peningkatan Pemahaman dan Penerapan Manajemen Keuangan. Selama ini, mayoritas UMKM anggota Kelompok Maliogoro masih mengelola keuangan secara manual atau bahkan tanpa pembukuan, sehingga sulit memantau laba-rugi, arus kas, dan biaya operasional. Melalui program ini, pelaku UMKM akan dilatih untuk menerapkan sistem pembukuan sederhana berbasis aplikasi, seperti pencatatan pemasukan-pengeluaran harian, pemisahan keuangan pribadi dan usaha, serta perhitungan margin keuntungan (Anom & Safii, 2022; Safii & Anom, 2021).

Program pengabdian kepada masyarakat ini dilaksanakan oleh tim yang telah memiliki pengalaman dalam berbagai pelatihan dan pendampingan dalam pemberdayaan UMKM ataupun kelompok masyarakat (Anom et al., 2023; Safii, Kuntardina, et al., 2023; Safii, Rahayu, et al., 2023). Melalui pendekatan pendampingan partisipatif, program ini tidak hanya mentransfer pengetahuan teknis, tetapi juga memberdayakan UMKM untuk mengambil alih kendali bisnis mereka di era digital.

2. Metode

Metode pelaksanaan pengabdian kepada masyarakat dalam program pemberdayaan UMKM Maliogoro dilakukan melalui pendekatan partisipatif dan kolaboratif. Tahap pertama adalah identifikasi kebutuhan serta fitur-fitur yang dibutuhkan oleh UMKM Kuliner pada aplikasi penjualan daring mandiri yang dikembangkan oleh tim pelaksana .



Gambar 1. FGD Kebutuhan dan fitur Aplikasi Penjualan Makanan dan Minuman Online

Tahap kedua adalah pelaksanaan pelatihan dan workshop. Kegiatan ini dibagi menjadi dua bagian utama, yaitu pelatihan pengelolaan dan perencanaan keuangan. Dalam pelatihan manajemen usaha, para pelaku UMKM diajarkan mengenai pengelolaan keuangan, pemisahan modal usaha dan keuangan pribadi, serta manajemen persediaan usaha. Tujuan dari pelatihan ini adalah untuk meningkatkan efisiensi dan efektivitas operasional para UMKM, serta peningkatan kemampuan akses permodalan perbankan dengan adanya catatan keuangan usaha (Hidayatin et al., 2022).

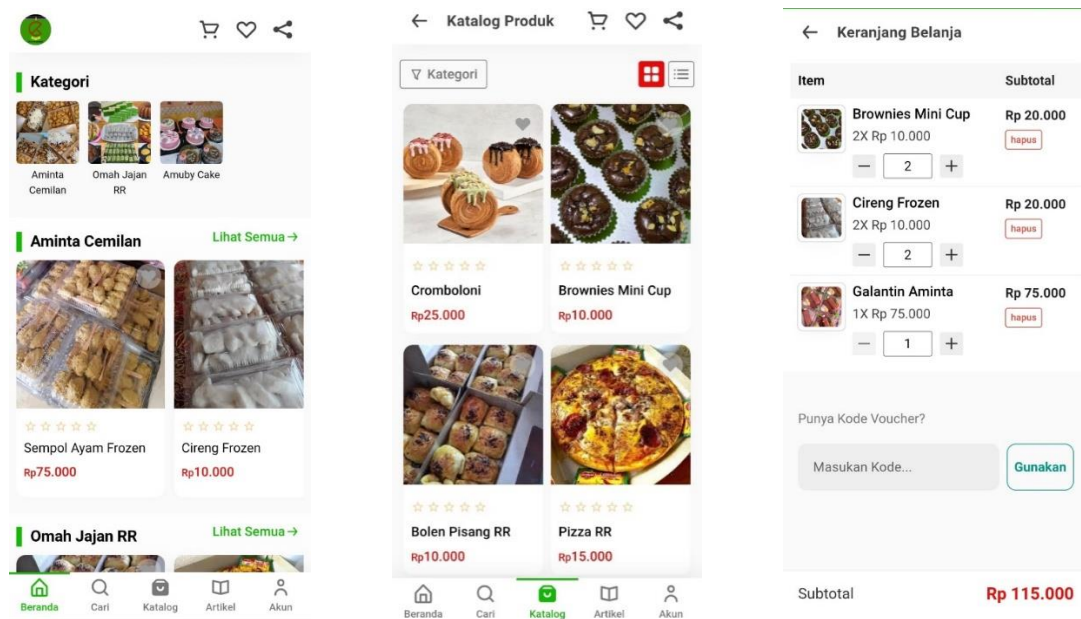
Selanjutnya, dilakukan pendampingan intensif secara berkala. Tim pengabdian memberikan konsultasi dan bimbingan kepada pelaku usaha selama beberapa bulan setelah pelatihan. Pendampingan ini meliputi evaluasi strategi penjualan berbasis aplikasi online yang telah diterapkan, serta memberikan solusi atas permasalahan yang mungkin muncul selama proses implementasi. Dengan pendampingan yang berkelanjutan aplikasi dan system yang telah dikembangkan dapat terus diperbaiki untuk kebutuhan pengguna UMKM.

Tahap terakhir adalah monitoring dan evaluasi. Tim pengabdian akan melakukan peninjauan secara langsung terhadap dampak yang dihasilkan dari program ini (Supardi et al., 2023). Indikator kesuksesan meliputi peningkatan omset penjualan UMKM kuliner, adopsi dan penggunaan aktif platform Swa-E-Commerce mandiri, serta peningkatan kemampuan pelaku UMKM dalam mengelola pembukuan keuangan digital secara mandiri. Evaluasi ini akan menjadi dasar untuk perbaikan program di masa mendatang, serta memastikan keberlanjutan manfaat dari kegiatan pengabdian masyarakat ini, termasuk perluasan penerapan inovasi ini kepada UMKM kuliner lainnya di Bojonegoro.

3. Hasil dan Pembahasan

1. Pengembangan aplikasi swa-e-commerce

Pengembangan aplikasi ini bertujuan untuk memberdayakan UMKM kuliner Maliogoro dalam menciptakan platform penjualan digital mandiri yang independen dari marketplace pihak ketiga, sehingga mampu mengeliminasi biaya komisi tinggi (15-30%), meningkatkan kontrol terhadap branding, harga, dan interaksi dengan pelanggan, serta memperluas jangkauan pasar tanpa terbatas algoritma platform komersial.



Gambar 2. Tampilan Aplikasi Swa-Commerce UMKM Maliogoro

Aplikasi ini dirancang dengan antarmuka yang sederhana (user-friendly) dan dapat diakses melalui website atau aplikasi mobile dasar, menyesuaikan dengan tingkat literasi digital mitra UMKM.

2. Pelatihan Pencatatan Keuangan, dan Pendampingan Penyusunan Laporan Keuangan UMKM.

Pelatihan bertujuan untuk memberdayakan pelaku UMKM kuliner Maliogoro dengan kemampuan mengelola keuangan usaha secara sistematis dan transparan, melalui pelatihan pencatatan keuangan dasar berbasis digital (seperti penggunaan aplikasi sederhana atau spreadsheet) yang fokus pada pemisahan keuangan pribadi dan usaha, pelacakan arus kas, serta penghitungan biaya produksi secara akurat (Safii et al., 2024).



Gambar 3. Pelaksanaan Workshop Pencatatan Keuangan bagi UMKM

Pendampingan penyusunan laporan keuangan difokuskan pada pembuatan laporan laba-rugi dan laporan arus kas sederhana, yang dapat digunakan sebagai alat monitoring kesehatan usaha dan dasar pengambilan keputusan strategis.

3. Pendampingan Penerapan Aplikasi Swa-Commerce bagi UMKM Kuliner

Program pendampingan penerapan aplikasi Swa-E-Commerce ini bertujuan untuk memandu pelaku UMKM kuliner Maliogoro dalam mengadopsi dan mengoperasikan platform penjualan digital mandiri secara efektif, sehingga mereka dapat mengurangi ketergantungan pada marketplace pihak ketiga yang memberatkan akibat biaya komisi tinggi (15-30%), serta meningkatkan kontrol atas branding, harga, dan interaksi langsung dengan pelanggan.



Gambar 4. Pendampingan Penggunaan Aplikasi Swa-Commerce

Dari program pendampingan, UMKM telah berhasil mengoperasikan platform Swa-E-Commerce mandiri (website toko online) untuk menerima pesanan langsung dari pelanggan. Hal ini menghilangkan ketergantungan pada platform pihak ketiga seperti GoFood atau GrabFood, sehingga menghemat biaya komisi 15-30% per transaksi. Penghematan ini dialihkan untuk meningkatkan modal usaha atau menawarkan harga lebih kompetitif kepada pelanggan.

4. Pendampingan dan Implementasi Berkelanjutan

Pendampingan yang dilakukan setelah pelatihan memberikan dampak positif yang signifikan bagi pelaku UMKM kuliner Maliogoro. Selama proses pendampingan, tim pengabdian secara intensif memberikan bantuan teknis dan konsultasi dalam mengoperasionalkan strategi yang telah diajarkan. Sebagai contoh, awalnya beberapa pelaku UMKM mengalami kesulitan dalam mengelola pesanan yang masuk melalui platform Swa-E-Commerce bersamaan dengan pesanan langsung di lokasi. Melalui pendampingan, mereka berhasil mengembangkan sistem antrian dan manajemen waktu yang efektif, termasuk penjadwalan khusus untuk memproses pesanan online pada jam-jam tertentu sehingga tidak mengganggu layanan terhadap pengunjung langsung.



Gambar 5. Pendampingan Manajemen Usaha untuk UMKM

Pendampingan berkala terhadap implementasi pembukuan keuangan digital membantu UMKM dalam mengidentifikasi titik-titik inefisiensi biaya dan meningkatkan akurasi perhitungan harga jual. Misalnya, melalui

evaluasi rutin, beberapa UMKM menyadari pentingnya memisahkan biaya operasional dengan biaya produksi, sehingga dapat menetapkan harga yang lebih kompetitif tanpa mengurangi margin keuntungan.

4. Kesimpulan

Program pengabdian masyarakat melalui penerapan inovasi platform Swa-E-Commerce dan sistem pencatatan keuangan digital telah berhasil meningkatkan kapasitas dan kemandirian UMKM kuliner di Kawasan Maliogoro, Bojonegoro. Program ini tidak hanya memberikan peningkatan pengetahuan dan keterampilan dalam manajemen usaha dan pemasaran digital, tetapi juga meningkatkan profit usaha para mitra melalui efisiensi penjualan berbasis aplikasi penjualan mandiri dengan biaya yang rendah.

Ucapan terima kasih disampaikan tim pelaksana program pengabdian kepada masyarakat ini kepada seluruh pihak yang telah memberikan dukungan dalam pelaksanaan program ini, khususnya, kepada Direktorat Penelitian dan Pengabdian kepada Masyarakat (DPPM) Kementerian Pendidikan Tinggi, Sains, dan Teknologi (KEMENDIKTISAINTEK) Republik Indonesia yang memberikan pendanaan melalui hibah Pengabdian kepada Masyarakat Pemula (PKM-P) Tahun anggaran 2025. Tim pelaksana juga berterima kasih kepada Pengurus dan anggota Paguyuban UMKM Maliogoro selaku mitra program yang telah berperan aktif pada program pengabdian kepada masyarakat ini.

Daftar Pustaka

- Anom, L., Adiputra, E., Murtini, M., Safii, A. A., & Bisri, H. (2023). Product Innovation And Marketing Assistance To Eco Green Handcraft MSMEs. *TGO Journal of Community Development*, 1(2), 39–44. <https://doi.org/https://doi.org/10.56070/jcd.2023.007>
- Anom, L., & Safii, A. A. (2022). Enhancing MSME Performance through Market Sensing Capability, Innovation Capability, and Iconic Ethnic Product Development. *Jurnal Ilmu Manajemen Advantage*, 6(1), 1–10. <https://doi.org/10.30741/adv.v6i1.778>
- Dewi, A., & Nasution, S. H. (2013). Peranan Kredit Usaha Rakyat (KUR) bagi Pengembangan UMKM di Kota Medan. *Jurnal Ekonomi Dan Keuangan*, 3(1), 105–116.
- Hidayatin, D., Prasaja, M., & Anom, L. (2022). Strategi Penguatan Usaha BUMDesa Melalui Peningkatan Kualitas Laporan Keuangan. *Jurnal Abdi Masyarakat (JAM)*, 7(2), 137–150.
- Safii, A. A., & Anom, L. (2021). Peran Moderasi Financial Access Pada Pengaruh Human Capital Dan Social Capital Terhadap Kinerja UMKM. *Jurnal Manajemen Dan Penelitian Akuntansi*, 14(1), 36–49.
- Safii, A. A., Anom, L., & Murtini, M. (2024). Financial technology adoption on MSMEs sustainability: The mediating role of financial literacy and financial inclusion. *Journal of Socioeconomics and Development*, 7(2), 121–131. <https://doi.org/https://doi.org/10.31328/jsed.v7i2.5258>
- Safii, A. A., Kuntardina, A., & Anom, L. (2023). Analysis of Job Performance from the Perspective of Volunteers for Tourist Village Development. In Budi Setiawan (Ed.), *The 1st International Conference of Management and Business (ICoMB 2022)* (pp. 3–12). Atlantis Press. https://doi.org/10.2991/978-94-6463-160-9_2
- Safii, A. A., Rahayu, S., & Nash'ul Amrina, H. (2023). Community Empowerment Through Ecotourism Development of Grogolan Lake, Ngunut Village. *Empowerment Society*, 6(3). <https://doi.org/10.30741/eps.v6i1.956>
- Setyari, N. P. wiwin. (2012). Evaluasi Dampak Kredit Mikro Terhadap Kesejahteraan Rumah Tangga di Indonesia: Analisis Data Panel. *Jurnal Ekonomi Kuantitatif Terapan*, 5(2), 141–150.
- Supardi, S., Sriyono, S., & Hermawan, S. (2023). Pendampingan strategi UMKM di era digital melalui pencatatan keuangan, penghitungan harga pokok produksi dan manajemen pemasaran untuk dapat naik kelas. *PengabdianMu: Jurnal Ilmiah Pengabdian Kepada Masyarakat*, 8(6), 968–979.