

Pendampingan Pemasaran dan Pencatatan Keuangan Berbasis Digital pada UMKM Aneka Keripik MJ

Rina Nur Alfina¹, Pramesti Nur Sayidah², Abidah Ardelia Ramadhani³, Guruh Marhaenis Handoko Putro⁴, Devi Febrianti^{5*}

^{1,3} Program Studi Manajemen, Fakultas Ekonomi dan Bisnis, Universitas Muhammadiyah Lamongan, Indonesia

^{2,4,5} Program Studi Akuntansi, Fakultas Ekonomi dan Bisnis, Universitas Muhammadiyah Lamongan, Indonesia

Abstrak

Kegiatan pengabdian ini dilaksanakan untuk menjawab permasalahan utama yang dihadapi UMKM Aneka Keripik MJ berupa keterbatasan pemasaran digital, belum adanya sistem pencatatan keuangan, serta pengelolaan persediaan bahan baku yang kurang terstruktur. Program ini bertujuan meningkatkan kapasitas manajerial mitra melalui pendampingan pemasaran digital, pengembangan pencatatan keuangan berbasis aplikasi daring, serta pelatihan perencanaan kebutuhan bahan baku. Metode pelaksanaan mencakup observasi awal, wawancara mendalam, pelatihan teknis, serta evaluasi penerapan hasil pendampingan selama periode kegiatan. Hasil program menunjukkan adanya peningkatan kemampuan mitra dalam memanfaatkan media sosial untuk promosi, tersusunnya sistem pencatatan keuangan yang lebih rapi dan mudah digunakan, serta meningkatnya pemahaman dalam merencanakan kebutuhan bahan baku. Secara keseluruhan, kegiatan ini mampu membantu mitra memperbaiki tata kelola usaha dan meningkatkan efisiensi operasional, meskipun keberlanjutan penerapan masih memerlukan pendampingan lanjutan agar manfaat yang dihasilkan dapat terus berkembang.

Kata Kunci: *Bill of Materials, Pemasaran Digital, Pencatatan Keuangan, Safety Stock, UMKM*

Abstract

This community service activity was carried out to address the main problems faced by MJ Aneka Keripik MSME, namely limited digital marketing, the absence of a financial recording system, and unstructured management of raw material supplies. The program aims to improve the managerial capacity of partners through digital marketing assistance, the development of online application-based financial recording, and training in raw material requirements planning. The implementation methods include initial observation, in-depth interviews, technical training, and evaluation of the application of the assistance results during the activity period. The program results show an increase in the partners' ability to utilize social media for promotion, the establishment of a more organized and user-friendly financial recording system, and an increased understanding of raw material requirement planning. Overall, this activity has helped partners improve their business management and operational efficiency, although the sustainability of the implementation still requires further assistance so that the benefits generated can continue to grow.

Keywords: *Bill of Materials, Digital Marketing, Financial Record Keeping, Safety Stock, MSMEs*

Korespondensi:

Devi Febrianti
(devifebrianti92@gmail.com)

Submit: 13-09-2025

Revisi: 21-11-2025

Diterima: 09-12-2025

Terbit: 30-12-2025



1. Pendahuluan

Sektor Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah (UMKM) merupakan bagian penting dari perekonomian Indonesia. UMKM merupakan penggerak utama perekonomian negara, memberikan kontribusi yang signifikan terhadap ekspor, lapangan kerja, dan PDB. Menurut data dari Badan Pusat Statistik dan Kementerian Koperasi dan UKM, UMKM menyerap sekitar 97% tenaga kerja di negara ini dan menyumbangkan sekitar 61% dari total PDB Indonesia, menjadikannya tulang punggung perekonomian negara dan pemberi kerja utama di masyarakat (Arifa et al., 2025).

UMKM dikenal karena kemampuannya dalam mendorong kreativitas dan inovasi, yang meningkatkan daya saing ekonomi. Namun, celah yang membatasi peran optimal UMKM, terutama terkait dengan keterbatasan akses terhadap pembiayaan, teknologi, pemasaran, dan pengembangan sumber daya manusia. UMKM yang mampu berinovasi dalam pemasaran, metode produksi, dan penawaran produk umumnya lebih tangguh dan berkembang di tengah persaingan pasar. Aplikasi keuangan, media sosial, dan e-commerce merupakan contoh teknologi digital yang membantu UMKM memperluas pasar dan meningkatkan efisiensi operasional. Bagi sebagian besar UMKM, akses terhadap teknologi dan kurangnya pemahaman terus menjadi hambatan (Franky et al., 2025).

Salah satu harta karun kuliner Indonesia yang perlu dilestarikan adalah UMKM kuliner lokal. Dengan mendukung UMKM kuliner regional, kita dapat menikmati makanan lezat, mendukung perekonomian lokal, dan mempertahankan tradisi kuliner Indonesia. Untuk kesejahteraan wilayah, hal ini dapat memperkuat perekonomian lokal dan meningkatkan pendapatan regional (Permana et al., 2024). Makanan merupakan kebutuhan dasar manusia, dan perkembangan bisnis di bidang ini menunjukkan peningkatan yang signifikan baik dalam volume produksi maupun peningkatan kualitas produk. Namun demikian, meskipun memiliki potensi pasar yang besar, pelaku usaha mikro, kecil, dan menengah (UMKM) terkadang menghadapi tantangan seperti keterbatasan akses pasar, pemasaran, dan informasi keuangan (Dikko et al., 2024).

Di industri makanan ringan, usaha mikro, kecil, dan menengah (UMKM) memainkan peran penting dalam perekonomian, terutama dalam menyerap tenaga kerja dan memperkuat perekonomian lokal. Namun, Perusahaan industri ini sering menghadapi masalah seperti kekurangan dana, perubahan permintaan konsumen, dan fluktuasi biaya bahan baku. Selain itu, dengan meningkatnya persaingan yang ketat, UMKM perlu mampu mengurangi biaya dan mempertahankan efisiensi operasional tanpa mengorbankan kualitas produk. UMKM di sektor makanan ringan perlu mengoordinasikan upaya pemasaran, keuangan, dan manajemen risiko mereka untuk mencapai keberlanjutan (Sulistyan et al., 2024).

Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah (UMKM) di Indonesia menghadapi tantangan dan kesulitan yang lebih kompleks di dunia digital yang terus berubah cepat. Digitalisasi telah mengubah cara bisnis beroperasi secara signifikan, sekaligus membuat pasar menjadi lebih kompetitif. Selain membuat berbagai produk dan layanan lebih mudah diakses oleh konsumen, digitalisasi juga memaksa UMKM untuk cepat beradaptasi dengan permintaan pelanggan yang terus berubah (Suriyanti et al., 2025). Kesuksesan pemasaran digital bagi UMKM sangat dipengaruhi secara signifikan dan positif oleh kemampuan kewirausahaan dan pemasaran digital. Promosi produk UMKM dapat lebih berhasil jika media sosial digunakan sebagai teknik pemasaran. UMKM dapat mempromosikan produk mereka secara lebih efektif dan luas berkat media sosial (Caswito et al., 2025). UMKM kini sangat membutuhkan penerapan teknologi digital dalam rencana pemasaran dan pencatatan keuangan. UMKM dapat memperoleh manfaat dari pelatihan dalam digitalisasi pencatatan keuangan menggunakan Spreadsheet, perangkat lunak akuntansi, dan aplikasi dasar seperti *GoogleForms* untuk menciptakan struktur administrasi yang akurat, transparan, dan terdokumentasi dengan baik (Farida et al., 2025).

Berdasarkan alasan yang telah disebutkan di atas, tim penyusun memutuskan untuk fokus pada salah satu industri makanan ringan yaitu Aneka Keripik MJ, yang berkolaborasi di Dusun Ngembes, Desa Yungyang, Kecamatan Modo, Kabupaten Lamongan untuk menilai kesulitan yang dihadapi dan menawarkan Solusi agar usaha dapat berjalan lebih baik kedepannya. Tim penyusun memilih usaha ini karena, usaha tersebut skalanya masih kecil bahkan masih dalam konteks rumahan sehingga membutuhkan arahan untuk mendorong pertumbuhan usahanya. Dengan memilih mitra ini, program pengabdian Masyarakat dapat fokus pada peningkatan keahlian teknis dan kemampuan manajerial yang diperlukan untuk mengelola usaha secara efektif, karena banyak usaha kecil menghadapi tantangan dalam pengembangan bisnis dan manajemen. Wawancara dengan mitra menunjukkan bahwa usaha ini memproduksi berbagai jenis keripik, termasuk keripik ubi ungi, keripik pisang, keripik talas, dan keripik sukun. Sayangnya, tidak semua bisnis berjalan lancar, karena kurangnya keahlian dalam media sosial, pelaku usaha masih belum dapat memanfaatkan sepenuhnya persaingan di industri mereka dan belum menguasai teknik pemasaran digital melalui media sosial. Ketidaktahuan mereka tentang administrasi laporan keuangan, pelaku usaha juga belum mampu untuk mencatat transaksi keuangan dengan benar karena mereka tidak tahu cara menyusun laporan keuangan.

Tujuan dari pengabdian Masyarakat ini adalah untuk menyelidiki secara mendalam dinamika yang saat ini dihadapi oleh UMKM Aneka Keripik MJ. Penelitian ini dimaksudkan untuk mengumpulkan informasi kualitatif yang kaya akan detail mengenai hambatan, peluang, dan masalah yang dihadapi UMKM Aneka Keripik MJ. Manajemen pemasaran, Persediaan, dan Pencatatan Keuangan adalah empat area yang akan kami fokus wawancara. Melalui kegiatan PKM ini diharapkan bahwa UMKM Aneka Keripik MJ dapat memanfaatkan teknologi digital untuk meningkatkan penjualan dan memperbaiki manajemen keuangan. Kegiatan ini juga memberikan platform bagi mahasiswa untuk menerapkan pengetahuan yang diperoleh dalam inisiatif pemberdayaan masyarakat.

2. Metode

Meningkatkan kemampuan memasarkan produk secara digital, memperluas jaringan penjualan melalui sistem *reseller*, membantu menerapkan catatan keuangan berbasis digital serta membantu meningkatkan pemahaman pengelolaan persediaan melalui perencanaan bahan baku dan perhitungan *safety stock* di UMKM Aneka Keripik MJ, merupakan bagian dari ruang lingkup kegiatan pengabdian masyarakat ini. Pelaku UMKM Aneka Keripik MJ, menjadi fokus pada kegiatan ini, dengan penekanan pada: (1) Peningkatan pemahaman dan kemampuan dalam pemasaran berbasis digital. (2) pemberian panduan mengenai segmentasi pasar seperti *reseller* atau pemasaran *offline*. (3) Pengembangan sistem pencatatan keuangan digital menggunakan *Google Spreadsheet*. (4) Pemahaman pengelolaan persediaan bahan baku dengan menerapkan konsep *safety stock*. Pelaksanaan pengabdian berlokasi di UMKM Aneka Keripik MJ Dusun Ngembes Rt. 2, Rw. 4, Desa Yungyang, Kecamatan Modo, Lamongan, Jawa Timur. Kegiatan berlangsung selama dua bulan yaitu dari bulan Oktober - November 2025, meliputi tahapan utama, yaitu tahap persiapan dan identifikasi masalah, tahap pelaksanaan pendampingan, dan tahap evaluasi dan monitoring.

Kegiatan pengabdian dilaksanakan dalam beberapa tahap berikut:

Tahap 1 – Persiapan dan Identifikasi Awal

Tahap ini diawali dengan observasi lapangan dan wawancara mendalam dengan pemilik UMKM untuk memperoleh gambaran kondisi usaha. Kegiatan ini mencakup pengumpulan informasi mengenai produksi, pemasaran, pencatatan keuangan, serta manajemen persediaan. Hasil observasi digunakan untuk mengidentifikasi permasalahan utama yang meliputi keterbatasan pemasaran digital, belum adanya sistem pencatatan keuangan, serta ketidakstabilan ketersediaan bahan baku.

Tahap 2 - Pelaksanaan Pendampingan

Program pendampingan dilaksanakan secara langsung berdasarkan kebutuhan mitra, meliputi:

- a) Pemasaran digital, mencakup pembuatan akun Instagram, pembuatan konten *branding*, serta pelatihan penggunaan Canva.
- b) Pendampingan strategi pasar, meliputi pelatihan segmentasi pasar dan sistem *reseller* untuk memperluas jangkauan distribusi.
- c) Pencatatan keuangan digital, yaitu pembuatan template *Google Spreadsheet* dan pelatihan input transaksi harian, laporan bulanan, serta laporan laba rugi otomatis.
- d) Manajemen persediaan, berupa penyampaian materi *Bill of Materials (BOM)* dan perhitungan *safety stock* untuk membantu mitra merencanakan kebutuhan bahan baku secara lebih efisien.

Tahap 3 – Evaluasi dan Monitoring

Evaluasi dilakukan untuk menilai sejauh mana mitra mampu menerapkan hasil pendampingan, seperti penggunaan media sosial untuk promosi, konsistensi pencatatan keuangan digital, serta pengelolaan bahan baku yang lebih terencana. Monitoring dilakukan secara berkala melalui komunikasi lanjutan untuk memastikan keberlanjutan penerapan metode yang telah diberikan.

Hasil yang Diharapkan

1. UMKM Keripik MJ sekarang tidak hanya menggunakan WhatsApp untuk promosi, tetapi juga telah memiliki akun Instagram sebagai alat pemasaran digital untuk memperluas jangkauan konsumen.
2. Pelaku usaha memiliki jangkauan pemasaran offline yang besar sehingga tidak hanya mengandalkan pemasaran online saja. Tetapi juga memiliki market yang lebih mudah diakses oleh masyarakat.
3. Pencatatan keuangan usaha kini mulai beralih ke sistem digital dengan menggunakan *Google Spreadsheet*, sehingga pelaku usaha dapat memantau transaksi dan laporan keuangan dengan lebih mudah dan efisien.
4. Pelaku usaha telah secara rutin mencatat stok bahan baku untuk membantu pengendalian persediaan dan memastikan kelancaran proses produksi.

3. Hasil dan Pembahasan

Berlokasi di Dusun Ngembes Rt. 2, Rw. 4, Desa Yungyang, Kecamatan Modo, Lamongan, Jawa Timur. Aneka Keripik MJ adalah usaha rumahan yang tergolong Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah (UMKM). Usaha tersebut telah beroperasi selama tujuh tahun sejak 2018 hingga sekarang. Berbagai macam keripik dibuat dan dijual oleh UMKM Aneka Keripik MJ seperti keripik pisang, keripik ubi ungu, keripik talas, dan keripik sukun. Awal mula berdirinya usaha Aneka Keripik MJ berawal dari pengalaman pemilik saat merantau ke Riau. Di daerah tersebut, pemilik menemukan bahan baku yaitu talas dengan kualitas yang baik dan harga yang relative terjangkau. Melihat potensi tersebut, muncul ide untuk mengolah talas menjadi produk keripik dan memasarkan hasil olahan tersebut kepada masyarakat sekitar. Produk percobaan tersebut mendapatkan respon positif dengan tingginya minat dari konsumen lokal. Berbekal pengalaman dan antusiasme pasar tersebut, setelah kembali ke Jawa, pemilik kemudian mengembangkan usaha Aneka Keripik MJ di daerah asalnya dengan menambah berbagai varian produk, seperti keripik pisang, sukun, dan ubi ungu, yang bahan bakunya lebih mudah diperoleh di wilayah setempat. Hingga kini, Menurut temuan dan pemeriksaan lapangan, mitra menghadapi sejumlah masalah penting dalam proses produksi dan pengelolaan bisnis. Dalam hal produksi, kendala utama adalah ketersediaan bahan baku yang terbatas, kurangnya pemanfaatan media digital dan strategi pemasaran kontemporer membatasi pertumbuhan bisnis. Dalam hal akuntansi dan keuangan, pencatatan transaksi masih belum dilakukan. Adapun kegiatan yang dilaksanakan untuk mengatasi masalah dari Aneka Keripik MJ yaitu:

1. Pelatihan Pengelolaan Pemasaran *Digital* Melalui Media Sosial

Langkah pertama adalah melakukan pemasaran digital menggunakan platform Instagram agar mempunyai branding produk sehingga dapat dikenal masyarakat yang lebih luas. Instagram telah berkembang menjadi alat yang berkembang menjadi alat yang berguna untuk kehidupan sehari-hari dan alat pemasaran yang sukses bagi Perusahaan. Instagram merupakan alat yang ampuh untuk menciptakan dan mengembangkan merek bisnis, karena, berbeda dengan pemasaran tradisional, ia memudahkan penjual untuk menjangkau lebih banyak calon pelanggan. Banyak Perusahaan ternama memanfaatkan fitur unggah foto dan video beserta deskripsinya untuk mempromosikan produk mereka secara visual, menarik pembeli, dan memudahkan proses pengambilan keputusan mereka (Rizkiani, 2025).

Tim penyusun menggunakan media digital sebagai alat promosi untuk menyediakan solusi dalam bentuk Pengabdian Kepada Masyarakat. Diharapkan penggunaan media ini dapat memperluas jangkauan pemasaran UMKM Aneka Keripik MJ dan memperkuat branding. Selain itu, tim penyusun juga memberikan saran tentang cara edit design promosi yang menarik menggunakan aplikasi yang mudah dijangkau bagi pemilik UMKM Aneka Keripik MJ namun tetap menarik.

Pada tanggal 13 Oktober 2025, tahap pertama dalam proses pendampingan adalah meminta izin kepada mitra untuk membuat media sosial berupa Instagram dan mengelola profil media sosial serta mendapatkan informasi yang diperlukan untuk mengakses akun yang sebelumnya belum ada. Akun media sosial ini akan dikelola oleh tim penyusun sebelum diberikan kepada mitra. Tim penyusun kemudian Kembali mengunjungi mitra pada tanggal 8 November 2025, untuk memberikan saran tentang cara edit *design* produk demi keberlanjutan pengelolaan unggahan media sosial.



Gambar 1. Pendampingan Design



Gambar 2. Hasil Design



Gambar 3. Media Sosial

2. Penyampaian Materi Mengenai Sistem Reseller

Penyampaian materi mengenai sistem reseller ini dilakukan dengan tujuan membantu pelaku usaha untuk memperluas jangkauan pemasaran melalui penerapan sistem reseller yang terstruktur. Dalam proses ini, pemilik usaha diberikan pandangan langsung mengenai konsep dasar reseller, strategi penjualan, serta cara

mengelola jaringan penjual agar dapat meningkatkan volume distribusi produk. Selama proses berlangsung, pemilik usaha terlihat antusias mengikuti setiap penjelasan yang diberikan. Pembinaan dimulai dengan pengenalan mengenai perbedaan antara reseller dan dropshipper, serta bagaimana pola kerja reseller dapat membantu produk masuk ke pasar yang lebih luas tanpa harus menambah biaya operasional yang besar. Penjelasan ini sangat membantu UMKM untuk memahami manfaat strategis sistem reseller dalam pengembangan usaha.

Tim pendamping dengan pemilik usaha melakukan analisis segmentasi pasar dengan pertimbangan jarak jangkauan, produk pesaing serupa, dan aktifitas dari beberapa toko. Sehingga ada beberapa target yang saat ini menjadi opsi target kami. Yakni Pasar Agrobis, Pasar Kedungpring, dan beberapa Gerai di wilayah Modo.

Secara keseluruhan, hasil pembinaan ini menunjukkan bahwa UMKM telah memiliki pemahaman yang lebih kuat mengenai sistem reseller dan siap menerapkannya dalam kegiatan penjualan. UMKM juga telah mempunyai materi promosi yang lebih rapi, strategi harga yang kompetitif. Dengan kesiapan tersebut, UMKM berharap sistem ini dapat meningkatkan permintaan produk sekaligus memperluas pasar ke wilayah yang sebelumnya belum terjangkau.

Kegiatan pembinaan ini memberikan dampak positif bagi perkembangan usaha, terutama dalam membangun pondasi pemasaran yang lebih modern dan efektif. Dengan penerapan sistem reseller secara konsisten, UMKM diharapkan mampu meningkatkan kapasitas produksi dan memperkuat posisi produk keripik singkong di pasar lokal maupun regional.



Gambar 4. Penyampaian Materi Sistem Reseller

3. Pendampingan Penggunaan Format Pencatatan Keuangan Digital

Selanjutnya mengenai kendala dalam pencatatan keuangan yang belum teratur dan terdokumentasi dengan baik. Selama ini belum dilakukan pencatatan keuangan sehingga pelaku usaha tidak mengetahui keadaan keuangan usahanya, kondisi ini semakin diperburuk dengan risiko tercampurnya uang pribadi dengan uang usaha. Karena kurangnya pemahaman tentang akuntansi dan pencatatan keuangan dalam manajemen bisnis, sebagian besar pemilik bisnis mengabaikan pentingnya atatan penjualan, persediaan, dan pembelian. Oleh karena itu, untuk mendapatkan modal, membuat keputusan, dan menilai kinerja bisnis, pemilik bisnis harus memiliki pemahaman yang kuat tentang pencatatan keuangan (Zunaidi et al., 2023).

Untuk mengatasi masalah tersebut. Tim pelaksana PKM mengembangkan format pencatatan keuangan digital berbasis Google Spreadsheets sebagai solusi untuk masalah ini. Sistem ini dirancang agar mudah digunakan, otomatis, dapat diakses melalui komputer maupun ponsel. Format yang dikembangkan terdiri dari:

1. Sheet Transaksi Harian Per Bulan
Pada bagian ini berisi kolom tanggal, keterangan transaksi, kategori transaksi, jenis transaksi, jumlah pemasukan, jumlah pengeluaran, serta sisa saldo. Rumus otomatis ditetapkan untuk menghitung total pemasukan, pengeluaran, serta saldo kas secara Real-time.
2. Sheet Laporan Bulanan
Pada bagian ini menampilkan rekapitulasi pendapatan dan pengeluaran setiap bulan dengan grafik sederhana untuk membantu pemilik usaha membaca keuangan dengan lebih mudah.
3. Sheet Laporan Laba Rugi
Pada bagian ini menampilkan total pendapatan, biaya bahan baku, dan laba bersih yang dihitung otomatis dari data transaksi.

Selain pembuatan format, dilakukan juga pelatihan penggunaan spreadsheets kepada pemilik UMKM. Pelatihan mencakup cara memasukkan data transaksi dan mengeksport laporan dalam format excel atau PDF untuk dokumentasi bulanan.

Metode digital ini meningkatkan efisiensi, transparansi, dan pengaturan pencatatan. Pemilik bisnis tidak perlu melakukan perhitungan manual untuk memantau kondisi keuangan harian dan bulanan. Selain itu, metode ini membantu mengevaluasi bisnis dengan mendeteksi hal-hal seperti kenaikan biaya produksi atau penurunan penjualan. Bisnis dapat mencatat transaksi dan menghasilkan laporan keuangan secara sistematis menggunakan perangkat keuangan digital seperti Google Sheets. Pengambilan keputusan keuangan dan transparansi dapat ditingkatkan bagi UMKM yang menggunakan solusi pencatatan digital (Winarni et al., 2025).



Gambar 5. Pendampingan Penggunaan Spreadsheet

Laporan Keuangan UMKM					
File Edit Tampilan Sisipkan Format Data Alat Ekstensi Bantuan					
100% \$ % .0 .00 123 Defaul... - 10 + B					
A1					
1	A	B	C	D	E
2	November 2025				
3					
4					
5	Pemasukan			Rp50.000	
6	Pengeluaran			Rp100.000	
7	Sisa Saldo			-Rp50.000	
8					
9					
10					
11	Tanggal	Keterangan	Kategori	Jenis	Jumlah
12	8 November 2025	Keripik Pisang	Penjualan	Pemasukan	Rp50.000
13	8 November 2025	Bahan Baku	Bahan Baku	Pengeluaran	Rp100.000
14					
15					
16					
17					
18					
19					

Gambar 6. Tampilan Format Pencatatan Keuangan Digital

4. Penyampaian Materi Perencanaan Bahan Baku dan Safety Stock

Setelah data penjualan mulai tercatat secara digital, Langkah berikutnya yang dilakukan tim PKM adalah memberikan materi mengenai cara membuat perencanaan kebutuhan bahan baku berdasarkan data historis penjualan. Masalah persediaan sangat penting bagi suatu bisnis dan perlu segera diatasi. Proses produksi sangat terbantu oleh persediaan. Jika terdapat masalah dengan persediaan, proses produksi tidak akan berjalan dengan baik. Selain itu, jika bisnis tidak dapat memenuhi permintaan yang diharapkan karena kekurangan bahan baku untuk proses produksi, Perusahaan tersebut dapat kehilangan pelanggan (Sibuea et al., 2025).

Untuk mengatasi hal tersebut, tim penyusun memberikan solusi berupa penerapan perencanaan kebutuhan bahan baku dan metode perhitungan *safety stock* (persediaan pengaman). Tujuan dari perencanaan kebutuhan bahan baku adalah agar pelaku UMKM mampu memperkirakan jumlah bahan baku yang dibutuhkan setiap bulan secara akurat dan menghindari kekurangan bahan saat terjadi lonjakan permintaan (Darmayanti et al., 2022).

Pelatihan dimulai dengan pengenalan konsep *Bill of Materials* (BOM), yaitu daftar kebutuhan bahan baku yang diperlukan untuk memproduksi satu jenis produk (Yuliermawan & Wicaksono, 2024). Langkah berikutnya

adalah menghitung estimasi kebutuhan bahan baku dengan cara mengalikan rata-rata penjualan produk dengan kebutuhan bahan per produk.

Setelah perhitungan kebutuhan dasar dilakukan, tim memperkenalkan konsep *safety stock*, yaitu persediaan pengaman untuk mengantisipasi keterlambatan pasokan atau lonjakan permintaan mendadak. Rumus yang digunakan adalah:

$$\text{Safety stock} = (\text{Penjualan maksimum} - \text{penjualan rata-rata}) \times \text{Lead tim}$$

Misalnya dalam UMKM ini penjualan maksimum dalam satu bulan mencapai 150 bungkus, sedangkan rata-ratanya 60 bungkus, dan waktu tunggu (lead time) pengadaan bahan baku adalah 2 hari, maka:

$$(150 - 60) \times 2 = 180$$

Artinya, pelaku UMKM perlu menyiapkan stok tambahan bahan baku setara dengan 180 bungkus produk untuk mengantisipasi lonjakan permintaan (Sopannah et al., 2025). Dengan sistem ini, mitra UMKM Aneka Keripik MJ dapat mengelola persediaan bahan baku secara lebih efisien, menghindari kekurangan bahan saat permintaan meningkat, serta meningkatkan keandalan proses produksi.



Gambar 7. Penyampaian Materi *Bill of Materials* dan *Safety Stock*

Hasil dan pembahasan memuat hasil statistik dan pembahasan hasil statistik. Hasil harus sinkron dengan metode dan menjelaskan detail hasil pengujian yang telah dilakukan. Pembahasan sebaiknya hindari penggunaan angka hasil pengujian statistik. Pembahasan dihubungkan dengan hasil penelitian terdahulu dan teori yang digunakan.

4. Kesimpulan

Kegiatan pengabdian masyarakat pada UMKM Aneka Keripik MJ berhasil memberikan solusi atas permasalahan utama mitra, yaitu keterbatasan pemasaran digital, ketiadaan pencatatan keuangan, dan ketidakstabilan persediaan bahan baku. Pendampingan pemasaran digital melalui pembuatan akun Instagram, pelatihan desain konten, serta strategi *reseller* membantu meningkatkan jangkauan pasar. Penerapan pencatatan keuangan digital melalui *Google Spreadsheet* memberikan kemudahan dalam memantau arus kas dan laporan keuangan. Selain itu, pelatihan *Bill of Materials* dan *safety stock* meningkatkan kemampuan mitra dalam mengelola dan merencanakan kebutuhan bahan baku. Keterbatasan program ini terletak pada belum dilakukannya pengukuran kuantitatif terhadap dampak peningkatan penjualan serta keterbatasan waktu pendampingan yang memengaruhi penerapan praktik secara optimal. Untuk keberlanjutan, disarankan adanya pendampingan lanjutan dalam pengelolaan media sosial, peningkatan literasi keuangan, serta monitoring berkala agar praktik yang telah diterapkan dapat terus berkembang dan memberikan manfaat jangka panjang bagi UMKM.

Daftar Pustaka

- Arifa, I., Ahmad Choiri, Wahyu Wibowo, Aminuddin, A., & Nur Azizah Panggabean. (2025). Peran UMKM dalam Meningkatkan Perekonomian Nasional. *PESHUM : Jurnal Pendidikan, Sosial Dan Humaniora*, 4(4), 5376–5385. <https://doi.org/10.56799/peshum.v4i4.9530>
- Caswito, A., Aulia, A. R. P., Aisal, N. Y., Lisdiana, L., Chairat, A. S. N., & Ridwan, M. (2025). Implementasi Strategi Digital Marketing dalam Meningkatkan Daya Saing UMKM. *JIPITI: Jurnal Pengabdian Kepada Masyarakat*, 2(3), 201–208.
- Darmayanti, H. M., Hernawati, T., & Harahap, B. (2022). Perencanaan Kebutuhan Bahan Baku Produk Kue Bawang Abon Menggunakan Metode Mrp (Material Requirement Planning). *Buletin Utama Teknik*, 17(3), 286–290. <https://doi.org/10.30743/but.v17i3.5375>
- Dikko, M. U., Hussaini, U., Alkali, Z. A., Bandiya, M. A. M., & Abdullahi, M. (2024). The Moderating Effect of

- Corporate Governance in the Relationship Women Owned Enterprises: A Proposed Conceptual Framework. *Fudma Journal of Manag2Ement Sciences*, 6(2), 167–186.
- Farida, N. N., Putra, A. D., Monasari, R., Susanto, S., & Afifa, U. I. (2025). Transformasi Digitalisasi Manajemen Keuangan dan Peningkatan Kapasitas Produksi UMKM Pie Ngalam Heritage melalui Program Pelatihan Berbasis Mitra. *I-Com: Indonesian Community Journal*, 5(3), 1731–1742. <https://doi.org/10.70609/i-com.v5i3.8045>
- Franky, Mega, Z. & Rahayu. (2025). Inovasi UMKM Berbasis Media dan Teknologi untuk Optimalisasi Ekonomi Indonesia Yang Berkelanjutan. *Jurnal Abdi MOESTOPO*, 8(1). 183–192.
- Permana, A. Y., Simanjuntak, N., Hutabarat, A., Lumbangaol, A., Simare-mare, D., Peronica, J., Nikita, Purba, R., & Hutauruk, F. (2024). Penjualan Di Era Digital Pada Umkm Keripik Singkong. *Jurnal Pengabdian Masyarakat Sapangambe Manoktok Hitei*, 4, 75–79.
- Rizkiani, P. E. (2025). Strategi Digital Marketing Melalui Instagram Untuk Meningkatkan Omset Penjualan UMKM. *Jurnal Ilmiah Bisnis Digital*, 1(2), 102–109. <https://doi.org/10.69533/h9d41c57>
- Sibuea, R., Arfah, M., & Dimastia, R. (2025). OPTIMALISASI PENGELOLAHAN PERSEDIAAN BAHAN BAKU PADA UMKM TAHU DI DESA MABAR. 21(1), 3–5.
- Sopannah, A., Rusdianti, I. S., Sulistyan, R. B., & Khasanah, M. (2025). Time Management Assistance in Developing Superior Human Resources. *TGO Journal of Community Development*, 3(1), 1–6. <https://doi.org/10.56070/jcd.2025.001>
- Sulistyan, R. B., Sopannah, A., Rusdianti, I. S. (2024). Model Pengembangan Usaha Kreatif Berkelanjutan Berbasis Pemanfaatan Limbah Pabrik. *UN PENMAS : Jurnal Pengabdian Masyarakat Untuk Negeri*, 4(2)
- Suriyanti, S., Hermiati, N. F., Sandi, P. H., Widodo, A., Jl, A., Kalimalang, I., Selatan, C., & Bekasi, K. (2025). Sosialisasi Pentingnya Peningkatan Kualitas Produk Serta Layanan di UMKM Untuk Menghadapi Tantangan Digitalisasi *Socialization of the Importance of Improving Product and Service Quality in MSMEs to Face Digitalization Challenges Universitas Pelita Bangsa* .
- Winarni, D., Fakhruddin, I., & Kusbandiyah, A. (2025). Pemasaran dan Keuangan Digital untuk Tingkatkan Pendapatan Usaha Batik di Desa Srowot.
- Yuliermawan, A. B., & Wicaksono, S. R. (2024). Rancang Bangun Sistem Informasi Produksi Keripik Tempe Menggunakan Metode Bill of material Berbasis Web (Studi Kasus pada Keripik Tempe Dariska). *Sistem Informasi & Informatika*, 4, 227–240.
- Zunaidi, R. A., Wahyuni, A. E., Prihadianto, R. D., & Tajtibra, F. (2023). *810-2039-1-Pb*. 6(1), 56–62.