



## Pendampingan UMKM Arjuna Bakery dalam Rangka Memperluas Segmentasi Pasar serta Efisiensi Pembuatan Laporan Keuangan di Era Digitalisasi

Andi Putra Utama<sup>1\*</sup>, Dewi Arimbi Tri Jaya Putri<sup>2</sup>, M. Dovan Yulian Agasta<sup>3</sup>, Sofi Alya Farisa<sup>4</sup>, Nimas Ayunda<sup>5</sup>, Rifqi Ahmad Sandi Naskhi<sup>6</sup>, Naza Rahma Fajriyah<sup>7</sup>, Devi Febrianti<sup>8</sup>

<sup>1,2,3,4,5</sup> Program Studi Manajemen, Fakultas Ekonomi dan Bisnis, Universitas Muhammadiyah Lamongan, Lamongan, Indonesia

<sup>6</sup> Program Studi Akuntansi, Fakultas Ekonomi dan Bisnis, Universitas Muhammadiyah Lamongan, Lamongan, Indonesia

<sup>7,8</sup> Program Studi Ekonomi Syariah, Fakultas Ekonomi dan Bisnis, Universitas Muhammadiyah Lamongan, Lamongan, Indonesia

### Abstrak

Tujuan pengabdian masyarakat ini adalah untuk menganalisis tantangan yang dihadapi oleh UMKM Arjuna Bakery serta mengidentifikasi kendala-kendala operasional yang dialami oleh usaha tersebut. Metode yang digunakan dalam pengabdian masyarakat ini adalah kualitatif deskriptif, dengan pengumpulan data melalui wawancara mendalam dan analisis data. Hasil dari pengabdian ini mengungkapkan bahwa Arjuna Bakery memiliki keunggulan berupa tekstur produk yang lembut dan bahan baku yang berkualitas. Namun, usaha ini juga menghadapi beberapa kendala, terutama terkait pembukuan, pemasaran digital, dan manajemen sumber daya manusia. Untuk mengatasi permasalahan ini, disarankan agar Arjuna Bakery mengimplementasikan sistem pembukuan digital yang lebih efisien, memanfaatkan pemasaran digital untuk meningkatkan jangkauan pasar, serta menyusun standar operasional prosedur (SOP) dalam manajemen sumber daya manusia. Salah satu temuan penting dari pengabdian ini adalah pentingnya pemanfaatan teknologi digital sebagai sarana pemasaran yang efektif untuk memperluas cakupan konsumen.

Kata Kunci: Manajemen Sumber Daya Manusia, Pemasaran Digital, Pembukuan.

### Abstract

*The purpose of this community service is to analyze the challenges faced by the Arjuna Bakery MSME and identify the operational constraints experienced by the business. The method used in this community service is descriptive qualitative, with data collection through in-depth interviews and data analysis. The results of this service reveal that Arjuna Bakery has advantages in the form of soft product textures and quality raw materials. However, this business also faces several obstacles, especially related to bookkeeping, digital marketing, and human resource management. To overcome these problems, it is recommended that Arjuna Bakery implement a more efficient digital bookkeeping system, utilize digital marketing to increase market reach, and prepare standard operating procedures (SOP) in human resource management. One important finding from this service is the importance of utilizing digital technology as an effective marketing tool to expand consumer reach.*

### Penulis Korespondensi:

Andi Putra Utama  
(andyutama71@gmail.com)

**Submit:** 13-12-2024

**Revisi:** 03-01-2025

**Diterima:** 18-01-2025

**Terbit:** 22-01-2025



*This work is licensed under a Creative Commons Attribution-ShareAlike 4.0 International License.*

## **1. PENDAHULUAN**

Pertumbuhan ekonomi merupakan salah satu topik utama dalam perekonomian jangka panjang dan saat ini menjadi fenomena penting yang terjadi secara global. Proses ini sering disebut sebagai Pertumbuhan Ekonomi Modern. Secara umum, pertumbuhan ekonomi mengacu pada peningkatan output per kapita dalam periode yang panjang. Jangka panjang kesejahteraan masyarakat tercermin dari meningkatnya output per kapita, yang memberikan lebih banyak pilihan dalam konsumsi barang dan jasa, serta disertai dengan peningkatan daya beli masyarakat (Regina, 2022).

Perekonomian suatu negara dianggap berkembang jika aktivitas ekonomi dalam suatu periode lebih tinggi dibandingkan periode sebelumnya. Tingkat pertumbuhan ekonomi menjadi indikator utama untuk menilai keberhasilan pembangunan suatu negara atau wilayah. Setiap daerah biasanya menetapkan target pertumbuhan ekonomi yang lebih baik dari tahun sebelumnya, sebagai bagian dari perencanaan pembangunan dan pencapaian tujuan strategis daerah tersebut (Yuniarti et al., 2020).

Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah (UMKM) memainkan peran yang sangat penting dalam mendukung perekonomian nasional. Kontribusinya dapat dilihat dari peningkatan Pendapatan Domestik Bruto (PDB), terciptanya lapangan kerja, pemerataan pendapatan, pengurangan tingkat kemiskinan, serta penurunan angka pengangguran. Semua faktor ini memberikan dampak positif yang langsung pada sektor ekonomi negara (Novitasari, 2022).

Undang-Undang Nomor 20 Tahun 2008 tentang Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah (UMKM) secara tegas memberikan definisi mengenai ketiga jenis usaha tersebut. Usaha Mikro merujuk pada usaha yang dijalankan oleh individu atau badan usaha perorangan, yang memenuhi kriteria tertentu yang ditetapkan untuk kategori tersebut. Di sisi lain, Usaha Kecil adalah usaha yang bersifat independen, produktif, dan tidak memiliki hubungan langsung maupun tidak langsung dengan usaha menengah atau besar. Di sisi lain, Usaha Menengah diartikan sebagai usaha produktif yang berdiri independen, tanpa adanya keterkaitan langsung maupun tidak langsung dengan Usaha Kecil atau Usaha Besar, dengan kekayaan bersih atau pendapatan tahunan yang sesuai dengan ketentuan untuk kategori tersebut. Undang-undang ini memberikan panduan yang jelas dalam mengklasifikasikan UMKM berdasarkan skala dan status kepemilikan, sehingga memungkinkan penerapan regulasi dan dukungan yang tepat untuk masing-masing jenis usaha (Yolanda, 2024).

Pengembangan Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah (UMKM) menghadapi berbagai tantangan, seperti keterbatasan modal, kurangnya tenaga kerja yang terampil, pemasaran yang belum maksimal, pengembangan produk yang terbatas, serta rendahnya pemahaman pelaku usaha tentang pemanfaatan media digital untuk promosi. Akibatnya, produk atau layanan UMKM seringkali belum dapat menjangkau pasar yang lebih luas, termasuk wilayah-wilayah terpencil. Di samping itu, UMKM juga kesulitan bersaing dengan perusahaan besar yang sudah memiliki platform digital dan lebih mudah menarik pelanggan melalui marketplace yang dapat diakses tanpa batasan. Oleh karena itu, peran aktif pemerintah sangat diperlukan sebagai pengambil kebijakan dan penggerak stabilitas ekonomi. Pemerintah perlu menyediakan program, kegiatan, pembinaan, pelatihan, serta pendampingan yang komprehensif, agar pelaku UMKM, baik di kota maupun daerah terpencil, memiliki kesempatan yang setara untuk berkembang menjadi usaha yang produktif, inovatif, dan memiliki daya saing sesuai dengan potensi lokal masing-masing (Priskilla et al., 2022).

Pemerintah juga perlu terus memberikan dorongan dan insentif kepada UMKM agar dapat bertahan menghadapi berbagai tantangan, baik yang berasal dari faktor internal maupun eksternal, seperti krisis ekonomi atau kondisi sulit lainnya, termasuk pandemi. Berbagai masalah yang dihadapi UMKM memberikan pengaruh besar terhadap

perkembangan sektor usaha ini. Oleh karena itu, program pembinaan, pelatihan, dan pendampingan yang menyeluruh sangat diperlukan agar UMKM dapat terus bertahan, tumbuh, dan memberikan kontribusi penting bagi perekonomian nasional (Novitasari, 2022).

Di tengah persaingan industri yang semakin ketat, para pelaku usaha dituntut untuk menggunakan strategi yang cerdas dalam memahami kebutuhan pasar (Yatminiwati et al., 2021). Mereka perlu menentukan produk apa yang benar-benar dibutuhkan oleh konsumen, mengukur potensi pasar yang tersedia, mengetahui waktu yang tepat untuk menyediakan produk tersebut, serta merancang strategi pengiriman produk yang efektif dan efisien (Malik et al., 2024).

UKM yang berkembang belakangan ini umumnya bergerak di sektor kuliner, yang lebih dikenal dengan istilah FnB (food and beverage). Seiring dengan semakin banyaknya UKM yang terlibat dalam industri makanan, para pengusaha membutuhkan strategi dan model bisnis yang tepat untuk meningkatkan kesejahteraan pemilik dan karyawan. Salah satu sektor yang menunjukkan perkembangan pesat adalah industri roti. Industri roti termasuk dalam kategori makanan siap saji yang mengandalkan tepung terigu sebagai bahan utama dalam produksinya. Roti, yang awalnya dianggap sebagai makanan kolonial di Indonesia, kini telah menjadi salah satu pilihan favorit masyarakat, terutama di kalangan kelas atas. Saat ini, roti sering dijadikan pilihan untuk sarapan, camilan, atau makanan siap saji yang praktis (Sahabuddin et al., 2023).

Adanya Fenomena tersebut menggugah kami untuk melakukan pengabdian kepada masyarakat pada salah satu UMKM di Lamongan, yakni Umkm Arjuna Bakery, Tujuan pengabdian ini yakni meningkatkan kemampuan dan keterampilan pengelola UMKM dalam mengembangkan usaha, membantu meningkatkan kualitas produk dan layanan yang dihasilkan oleh Arjuna Bakery, serta meningkatkan kesadaran dan kesiapan UMKM dalam menghadapi persaingan di pasar. Manfaat Pengabdian ini membuat kami yakni tim pengabdian untuk berkontribusi kepada masyarakat dalam hal dalam aspek peningkatan kualitas produk dan layanan, peningkatan angka penjualan dan omzet sehingga dapat memperluas segmentasi pasar, peningkatan kesadaran masyarakat terhadap produk lokal, pengembangan ekonomi di tingkat daerah, serta peningkatan kesejahteraan masyarakat secara umum.

## 2. METODE

Program pengabdian kepada masyarakat ini dilaksanakan di UMKM yang terletak di Jl. Joto Sanur RT 02 RW 04 No. 4, Sanur, Jotosanur, Kecamatan Tikung, Kabupaten Lamongan, Jawa Timur 62281, tepatnya di Arjuna Bakery. Pengabdian masyarakat yang diselenggarakan oleh perguruan tinggi (PT) merupakan salah satu wujud implementasi dari Tridharma Perguruan Tinggi. Kegiatan ini dapat dilaksanakan dalam berbagai bentuk, seperti penyediaan pendidikan dan pelatihan, layanan masyarakat, serta penerapan hasil yang berbasis ilmu pengetahuan dan teknologi (Iptek) yang dikembangkan oleh perguruan tinggi. Tujuan utama dari program ini adalah untuk memanfaatkan Iptek dalam memberdayakan masyarakat, sehingga dapat menciptakan perubahan positif dalam pengetahuan, keterampilan, dan sikap di kalangan kelompok masyarakat yang menjadi sasaran program.

Pada dasarnya, kegiatan ini merupakan bentuk pengabdian kepada masyarakat yang melibatkan kolaborasi dengan berbagai pihak, termasuk dosen yang berperan sebagai pembimbing lapangan. Kerjasama ini sangat penting agar kegiatan Pengabdian Masyarakat tidak hanya menjadi formalitas, Selain itu, kegiatan ini juga merupakan upaya bersama antara mahasiswa dan dosen dalam memberikan manfaat nyata kepada masyarakat. Pengabdian kepada masyarakat mencakup berbagai disiplin ilmu dan berkaitan dengan beragam sektor. Oleh karena itu, pendekatan yang diterapkan bersifat multidisipliner dan lintas sektoral. (Pendidikan Vokasional Teknik Elektro et al., 2021)

Pelaksanaan Pengabdian masyarakat ini dilakukan pada UMKM Lokasi pelaksanaan program ini bertempat di Jalan Joto Sanur RT 02 RW 04 No. 4, Sanur, Jotosanur, Kecamatan Tikung, Kabupaten Lamongan, Jawa Timur 62281. Pada toko roti Arjuna Bakery. Program Pengabdian Masyarakat Ini Terbagi Menjadi 3 bagian Yaitu Pemasaran, Pembukuan dan juga SDM. Bagian Pemasaran sendiri Yakni Memberikan Solusi Cara Memasarkan Produk Melalui sosial media contohnya di buat akun Instagram, Bagian Pembukuan sendiri yakni memberikan Solusi bagaimana tata cara pembukuan secara digital dengan cara memberikan pelatihan excel dan bagian SDM sendiri yakni Membuatkan Solusi berupa membuatkan sop pada UMKM.

Metode yang diterapkan dalam kegiatan pengabdian kepada masyarakat adalah sebagai berikut::

1. Observasi  
Observasi adalah proses pengamatan atau pencatatan fenomena, perilaku, atau kegiatan secara sistematis dan terstruktur untuk mengumpulkan data atau informasi. Observasi Sendiri Di Laksanakan pada tanggal 12 oktober 2024 ke tempat UMKM.
2. Analisis Kendala  
Analisis kendala adalah proses mengidentifikasi, menganalisis, dan memahami hambatan atau masalah yang mempengaruhi kinerja atau proses. Yang menjadi Kendala Pada Umkm Arjuna Bakery Adalah Pada bagian pembukuan Yang Masih Manual, Pemasaran Yang Masih Belum menggunakan Sosial Media dan SDM yang belum mempunyai SOP.
3. Pendampingan  
Pendampingan adalah proses membantu atau mendampingi individu, kelompok atau organisasi dalam mencapai tujuan atau mengatasi masalah. Pendampingan sendiri di laksanakan 2 kali tepatnya pada tanggal 14 Desember 2024 dan 11 Januari 2025 yakni memberikan Solusi dengan cara pada bagian pemasaran di buatkan sosial Media contohnya Instagram, Pembukuan di buatkan dan di di ajarkan tata cara menggunakan Excel dan pada bagian SDM di buatkan SOP.

### **3. HASIL DAN PEMBAHASAN**

#### **3.1. Hasil**

Pengabdian masyarakat ini merupakan kegiatan pendampingan yang dilakukan untuk membantu UMKM dalam mengatasi permasalahan yang dihadapi. Dimana permasalahan yang dialami oleh pelaku UMKM Arjuna Bakery mencakup 3 hal berikut adalah penjelasan mengenai permasalahan yang dihadapi oleh mitra, diantaranya adalah pemasaran yang kurang, kurangnya pengetahuan tentang mempromosikan produk di media sosial. Dalam hal Sumber Daya Manusia (SDM), pemilik UMKM Arjuna Bakery mengalami kesulitan dalam memikirkan bagaimana owner mampu dalam menyaring karyawan untuk bekerja sesuai dengan bidangnya dan mematuhi SOP (Standar Operasional Prosedur) yang ditetapkan oleh perusahaan serta memberikan pelatihan kepada karyawan untuk meningkatkan mutu dan loyalitas karyawan terhadap perusahaan. Tidak hanya masalah dalam konteks manajemen saja namun juga masalah pembukuan perusahaan yang masih manual yang dirasa kurang efektif. Selain itu, pada sisi kepatuhan syariah yang merupakan kewajiban setelah mendapatkan sertifikasi halal juga perlu diperhatikan. Berikut adalah hasil dari pelaksanaan pendampingan

##### **a. Gambaran Umum Mitra**

Arjuna Bakery adalah sebuah toko roti yang memproduksi cake, bakery, donut, dan pizza. Arjuna Bakery berlokasi di Jalan Joto Sanur RT 01 RW 04 No. 4, Sanur, Jotosanur, Kecamatan Tikung, Kabupaten Lamongan. Arjuna Bakery berdiri sejak tahun 2019. Awal mulanya berasal dari Bapak Nurhadi yang bekerja di perusahaan roti dan memulai mencoba membuat roti lalu dibagikan ke saudara serta tetangga terdekat. Dari situlah bapak Nurhadi mendapatkan inspirasi untuk memulai usaha. Respons

positif yang didapatkan membuat Bapak Nurhadi termotivasi mendaftarkan UMKM Arjuna Bakery. Beberapa kelengkapan dokumen yang dimiliki diantaranya NIB (3108210038984) dan sertifikasi halal (ID35110000363560622). Data diatas diperoleh ketika seluruh tim melakukan observasi secara langsung pada mitra pada tanggal 12 Oktober 2024 sebagai tahapan awal proses PKM.



**Gambar 1.** Pendampingan Awal

Sumber: Dokumentasi Pengumpulan Data di Lapangan (2024)

Keunggulan dari produk ini adalah tekstur yang konsisten lembut, karena pemilik sangat mempertahankan kualitas bahan dan memperhatikan proses pembuatan. Pemilik juga sangat menjaga kebersihan dapur untuk membangun reputasi yang baik yang baik bisa meningkatkan penjualan dan memberikan dampak positif jangka panjang terhadap bisnis (Sulistyan & Afrianto, 2024). Penggunaan bahan baku yang berkualitas tinggi akan menghasilkan produk yang lebih unggul (Pancawati, 2022). Arjuna Bakery ini melakukan promosi secara online dan dari mulut ke mulut untuk metode pemasaran produknya, pemasaran online hanya dilakukan di whatsapp dengan jangkauan yang sedikit. Pelanggan bisa menghubungi nomor telepon (Whatsapp) untuk memesan Bakery. Media sosial yang lain seperti instagram, facebook juga ada namun mereka memiliki keterbatasan kemampuan dalam mengelola media sosial.

Arjuna Bakery memproduksi roti sebanyak 3.000 dari total keseluruhan, dan menerima pesanan khusus untuk acara-acara tertentu sesuai dengan permintaan konsumen. Pelanggan yang memesan banyak akan diberikan discount berupa potongan harga. Berikut adalah contoh beberapa produk yang dihasilkan oleh Arjuna Bakery

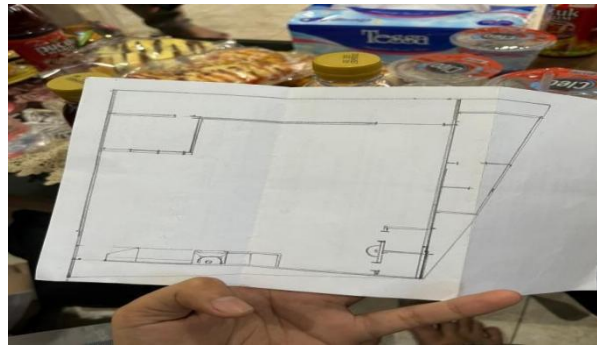


**Gambar 2.** Foto Produk

Sumber: Arjuna Bakery (2024)

Produksi bakery terdiri dari beberapa proses yang saling berkaitan, tahap utama yaitu menyiapkan bahan utama tepung, susu, telur, ragi, gula, keju dan coklat. Tahap selanjutnya adalah menimbang takaran bahan sesuai dengan resep yang ada yang ada. Adonan diolah dengan mencampurkan semua bahan utama dan khusus roti jenis pastry memerlukan proses fermentasi. Adonan yang telah dicampurkan siap untuk dibentuk sesuai dengan jenis produk yang akan dibuat. Setelah adonan dibentuk langkah berikutnya adalah memanggangnya pada suhu yang sesuai. Bakery yang sudah matang bisa dihias sesuai dengan permintaan konsumen. Berikut adalah beberapa contoh produk dari Arjuna Bakery

Penentuan layout juga diatur oleh pemilik usaha Arjuna Bakery yaitu pada area produksi hingga pengemasan harus memiliki Layout yang tertata sesuai dengan urutan proses produksi. Penempatan peralatan produksi harus diperhatikan jaraknya untuk mengurangi minim risiko rotinya jatuh. Misalnya menempatkan oven dekat dengan dengan areapendinginan dan pengemasan sehingga meminimalkan risiko jatuhnya produk dan meminimalkan waktu yang terbuang.



**Gambar 3.** *Layout Area Produksi*  
Sumber: Arjuna Bakery (2024)

b. Identifikasi Permasalahan Mitra

**Tabel 1.** Identifikasi dan Pemecahan Permasalahan Mitra

No	Permasalahan	Pemecahan Masalah
1	UMKM memiliki produk berkualitas, namun mereka kesulitan dalam mempromosikan produk mereka melalui sosial media kurangnya pengetahuan promosi pemasaran digital serta kurang taunya pemasaran lewat konten yang menarik pelanggan lewat membuat konten-konten dan usaha tersebut juga di tengah-tengah desa yang mengakibatkan produk mereka tidak dikenal oleh target pasar yang lebih luas	Membuatkan akun media sosial kepada mitra untuk mengembangkan agar menarik para pembeli semakin meningkat dan mengoptimalkan konten menarik dengan memposting produk untuk menarik perhatian para pelanggan dan pembeli
2	UMKM Arjuna Bakery masih menggunakan pembukuan manual yang kurang efisien, memakan waktu, rawan kesalahan, serta menyulitkan pemantauan arus kas dan penyusunan laporan keuangan.	Digitalisasi pembukuan dengan aplikasi seperti Excel untuk laporan keuangan yang lebih akurat, disertai pendampingan <i>step by step</i> dalam pembuatannya.
3	UMKM Arjuna Bakery kesulitan menemukan karyawan berkompentensi, terutama dalam keahlian teknis, dan belum memiliki SOP tertulis yang terstruktur, sehingga berdampak pada kualitas produk, efisiensi operasional, dan manajemen kinerja karyawan.	Tim penyusun menyarankan perekrutan terstruktur dengan tes kompetensi dan wawancara berbasis kasus, fokus pada kebutuhan spesifik perusahaan. Selain itu, membantu penyusunan SOP tertulis yang jelas dan terstruktur untuk produksi, kebersihan, pengemasan, dan pemasaran.

Sumber: Hasil Kegiatan (2024)

Berikut merupakan uraian pendampingan yang diberikan oleh tim PKM

a. Pengelolaan Pemasaran Digital Marketing Melalui Media Sosial

Langkah pertama dalam pemasaran digital adalah memanfaatkan platform Media sosial memberikan peluang bagi bisnis atau merek untuk menjangkau audiens dalam jumlah besar dengan cara yang cepat dan efektif. Platform seperti WhatsApp, Instagram, dan TikTok memungkinkan komunikasi langsung antara bisnis dan konsumen tanpa perantara, sehingga pesan pemasaran bisa disampaikan langsung kepada target pasar.

Selain itu, media sosial juga memungkinkan interaksi langsung dengan konsumen melalui fitur seperti komentar, pesan pribadi, dan polling. Fitur-fitur ini membantu UMKM untuk lebih memahami kebutuhan dan preferensi konsumen, sekaligus membangun hubungan yang lebih personal antara bisnis dan pelanggan.

Media sosial memberikan fleksibilitas dalam cara menyampaikan konten. Bisnis dapat memanfaatkan berbagai format seperti gambar, video, teks, atau stories untuk membuat pesan pemasaran lebih menarik dan mudah dicerna oleh audiens. Jenis konten ini memiliki peluang besar untuk menjadi viral, yang dapat memperluas jangkauan tanpa memerlukan biaya ekstra (Humas Tel-U Surabaya, 2024).

Tim penyusun memberikan solusi sebagai bentuk Pengabdian Kepada Masyarakat dengan cara memanfaatkan media digital sebagai alat promosi. Diantaranya adalah dengan memperbaiki penataan akun media sosial ini dapat meningkatkan branding serta diharapkan jangkauan pemasaran UMKM Arjuna bakery dapat diperluas. Tim penyusun juga memberikan pendampingan tata cara design promosi yang menarik yang meningkatkan produk tersebut agar menarik banyak peminat. Berikut merupakan kontribusi tim dalam pengelolaan akun media sosial.



Gambar 4. Design feed instagram  
Sumber: Hasil Kegiatan (2024)

b. Seleksi Matang Ketika Recruitment Karyawan & Penerapan SOP

Solusi yang di berikan oleh tim pengabdian masyarakat adalah dengan mengarahkan kepada pemilik toko Arjuna bakery meningkatkan proses recruitment karyawan supaya lebih terstruktur dengan menggunakan tes kompetensi dan wawancara berbasis kasus

untuk menilai kemampuan calon karyawan. memfokuskan perekrutan berdasarkan kebutuhan spesifik perusahaan, seperti skill atau pengalaman yang relevan. Kemudian yang kedua, solusi yang di berikan adalah membantu merumuskan SOP dan melakukan monitoring SOP kepada seluruh karyawan untuk meningkatkan kinerja UMKM dan kesadaran karyawan terkait bidang kerja yang dijalankan. Berikut adalah SOP UMKM Arjuna Bakery.

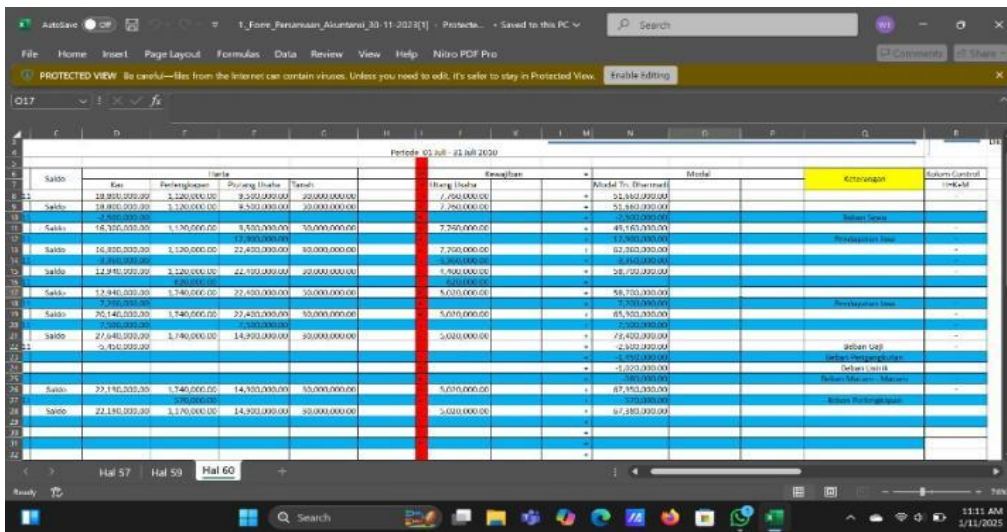


**Gambar 5.** SOP Arjuna Bakery  
Sumber: Hasil Kegiatan (2024)

c. Pelatihan Pembukuan

Menurut Ditta and Candrani (2023) dalam jurnalnya, ada 2 jenis Penataan keuangan dikenalkan dengan dua cara, yaitu cara manual dan menggunakan aplikasi Microsoft Excel. Berikutnya mengenai kendala dalam pembukuan yang manual yang tentunya tidak efektif dan tidak dapat mengambil keputusan yang efektif di masa yang akan datang. UMKM Arjuna Bakery merupakan salah satu UMKM di desa sanur kecamatan tikung, Kabupaten Lamongan, Jawa Timur. UMKM masih melakukan pencatatan atau pembukuan menggunakan sistem manual yang dapat mengakibatkan pembukuan tidak efektif dan berdampak pengambilan keputusan yang kurang efektif. Pada hari 14 desember 2024, Tim penyusun memberikan pelatihan pemahaman mengenai pencatatan pembukuan yang secara digital kepada mitra yang nantinya apakah mitra mau kami dampingi untuk memberikan latihan pencatatan secara digital melalui aplikasi microsoft excel. Aplikasi excel ini dapat digunakan untuk mencatat seluruh aktivitas transaksi pemasukan, pengeluaran biaya-biaya, piutang, hutang, kas, hingga penyajian laporan keuangan. Diharapkan dengan adanya pendampingan pelatihan ini memberikan pemahaman pentingnya pengelolaan pencatatan pembukuan secara digital yang tentunya akan memberikan keputusan- keputusan yang sangat efektif. Tujuan pelatihan ini juga dapat memberikan pemahaman dasar tentang pembukuan dan pentingnya pencatatan secara akurat (Yahya et al., 2022).





**Gambar 6.** Contoh Pembukuan dengan Aplikasi Excel  
Sumber: Hasil Kegiatan (2024)

Ada beberapa penjelasan mengenai langkah-langkah pencatatan pembukuan sebagai berikut:

1. Aplikasi excel
2. Aset
- 2) Hutang
- 3) Ekuitas
- 4) Buat catatan transaksi pengeluaran
- 5) Buat catatan transaksi pemasukan/pendapatan
- 6) Buat buku atau catatan kas utama
- 7) Beban atau Expense
- 8) Prive

d. Menjaga Kepatuhan Syariah

Pada bagian kepatuhan syariah, solusi yang diberikan oleh tim pengabdian masyarakat adalah arahan pentingnya menjaga komitmen terkait kewajiban halal berdasarkan Keputusan Kepala Badan Penyelenggara Jaminan Produk Halal NOMOR 78 TAHUN 2023 tentang Pedoman Sertifikasi Halal Makanan Dan Minuman Dengan Pengolahan mengenai kewajiban setelah mendapatkan sertifikasi halal dengan mempertahankan kehalalan bahan yang di gunakan untuk produksi, menjaga tata ruang supaya tidak terkontaminasi dengan hal yang mendatangkan madharat . serta melakukan audit syariah ketika terjadi pergantian bahan baku dari suatu produk. Sesuai dengan 5 kriteria Sistem Jaminan Produk Halal/ SJPH yaitu : Komitmen dan tanggung jawab, bahan yang digunakan untuk menghasilkan suatu produk, proses produk halal, produk itu sendiri, kemudian pemantauan dan evaluasi.

### 3.2. Pembahasan Pendampingan

Tim PKM melaksanakan pendampingan secara langsung kepada mitra untuk memastikan bahwa prosesnya dapat berlangsung secara optimal. Berikut ada beberapa langkah pendampingan yang diambil:

- a. Membantu membuat akun di media sosial seperti instagram, tiktok, dll, dan membantu membuat konten yang menarik sehingga dapat menarik para pembeli hingga membantu cara edit video, poster produk semenarik mungkin yang nantinya dapat menarik para pembeli dan itu tentunya meningkatkan daya tarik penjualan produk secara efektif di era sekarang. Pemasaran melalui digital marketing dapat memberikan dampak positif yang signifikan dalam meningkatkan jangkauan pasar. Dengan memanfaatkan platform media sosial UMKM Arjuna Bakery dapat mempromosikan produk roti mereka melalui foto dan video menarik, testimoni pelanggan, hingga promosi diskon yang dapat menjangkau konsumen yang lebih luas. Selain itu, pemasaran digital dapat menjangkau area yang lebih luas tanpa terbatas oleh jarak, sehingga UMKM Arjuna Bakery tidak hanya dikenal di sekitar daerah setempat, tetapi juga menjangkau berbagai kota lainnya. Dengan strategi pemasaran yang tepat, media sosial dapat menjadi sarana efektif untuk meningkatkan penjualan, memperluas pengenalan merek, dan membantu UMKM Arjuna Bakery mencapai perkembangan yang lebih signifikan.
- b. Memberikan pelatihan pencatatan pembukuan yang masih manual, tim penyusun memberikan pelatihan melalui aplikasi excel kepada mitra memberikan pelatihan mulai dari pencatatan pemasukan, pengeluaran, pembelian bahan baku, sampai pembuatan laporan keuangan. Memberikan pengarahan terkait tata cara perekrutan karyawan agar sesuai dengan bidang yang dibutuhkan dengan cara tes wawancara berbasis studi kasus untuk melihat kemampuan calon karyawan, selain itu juga melihat pengalaman atau juga latar belakang calon karyawan. Kemudian, memberi pengarahan untuk melaksanakan monitoring SOP kepada seluruh karyawan agar kinerja UMKM lebih optimal. Dalam hal ini tim PKM memberikan kontribusi kepada pemilik UMKM Arjuna Bakery dalam membantu merumuskan SOP secara umum yang masih belum tertulis menjadi SOP sah dan tertulis yang diterapkan pada UMKM Arjuna Bakery dalam meningkatkan kinerja karyawan serta disiplin sesuai bidang kerja yang dijalankan.
- c. Memberikan pengarahan terkait pentingnya menjaga komitmen terkait kewajiban halal berdasarkan Keputusan Kepala Badan Penyelenggara Jaminan Produk Halal NOMOR 78 TAHUN 2023 tentang Pedoman Sertifikasi Halal Makanan Dan Minuman Dengan Pengolahan meliputi; mencantumkan label halal secara mencolok pada kemasan produk (mencakup logo halal BPJPH), menjaga kehalalan dan kebersihan fasilitas produksi, memisahkan tempat produksi, gudang, dan tempat pengemasan atau mengatur layout sesuai pada manual SJPH (sistem jaminan produk halal), kemudian memperbarui sertifikasi halal apabila terdapat perubahan komposisi pada produk kemudian melaporkan perubahan komposisi, dan menjaga integritas halal dari seluruh karyawan/personel perusahaan.

### **Hasil Proses Pendampingan**

Setelah dilakukannya wawancara hingga sampai pendampingan yang telah dilakukan oleh tim penyusun, diharapkan bahwa program pengabdian kepada masyarakat ini dapat memberikan masukan atau dampak positif bagi UMKM Arjuna Bakery dan juga tim penyusun. Adapun hasil yang diinginkan dari kegiatan ini adalah:

- a. Dapat meningkatkan penjualan dan menambah pelanggan melalui strategi lewat media sosial dengan membuat konten tentang produk yang tentunya dapat menarik pembeli dan memperbanyak wawasan relasi yang semakin luas.
- b. Menghasilkan pencatatan pembukuan yang akurat lewat aplikasi excel yang tentunya proses pencatatannya lebih cepat, peningkatan keterampilan, menghasilkan laporan keuangan yang lebih baik, dan tentunya juga dapat meminimalisir kehilangan data. Tidak hanya itu saja pencatatan pembukuan melalui aplikasi juga dapat meningkatkan efisiensi operasional dan juga memberikan kontribusi pada pertumbuhan dan keberlanjutan bisnis dalam jangka Panjang
- c. Ketika dilaksanakan perbaikan pada sistem perekrutan karyawan dengan lebih relevan sesuai dengan kebutuhan proses operasional, maka kinerja yang dihasilkan oleh

- perusahaan dapat lebih efektif dan efisien. Selain itu, monitoring SOP perusahaan kepada karyawan dapat meningkatkan kesadaran akan tanggung jawab dari setiap bagian kerja pemilik perusahaan maupun karyawan yang bekerja
- d. Pada sisi syariah menghasilkan peningkatan wawasan pelaku usaha terkait sistem jaminan produk halal yang seharusnya diterapkan setelah mendapatkan sertifikasi halal. Kemudian dengan terjaganya kepatuhan syariah juga dapat menambah loyalitas konsumen terhadap produk yang ditawarkan karena terjaganya kehalalan suatu produk.

#### 4. KESIMPULAN

Berdasarkan pelaksanaan pengabdian masyarakat yang dilakukan oleh penulis, pertumbuhan ekonomi merupakan isu perekonomian jangka panjang yang saat ini menjadi fenomena penting di seluruh dunia. UMKM memiliki peran yang sangat besar dalam mendukung perekonomian nasional. Beberapa permasalahan yang dihadapi dalam pengembangan UMKM meliputi keterbatasan modal, kurangnya sumber daya manusia yang kompeten, pemasaran yang belum optimal, pengembangan produk, serta kurangnya pemahaman pelaku usaha tentang pemasaran melalui media digital. Selain itu, UMKM juga berada di garis depan dalam menghadapi dampak ekonomi yang ditimbulkan oleh pandemi COVID-19. Salah satu dampak pandemi COVID-19 yang paling terasa bagi UMKM adalah terjadinya kerugian pada 1.785 koperasi dan 163.713 pelaku usaha mikro, kecil, dan menengah akibat pandemi virus corona. Kegiatan pendampingan yang dilakukan di UMKM Arjuna Bakery mengungkap berbagai permasalahan utama yang dihadapi, seperti penggunaan sistem pembukuan manual yang tidak efisien, pemasaran digital yang belum maksimal, kesulitan dalam proses perekrutan karyawan, serta ketidakhadiran SOP yang terstruktur.

Selain itu, terdapat kebutuhan untuk menjaga kepatuhan syariah setelah UMKM ini mendapatkan sertifikasi halal. Solusi yang diterapkan mencakup digitalisasi pembukuan menggunakan aplikasi Excel untuk mempermudah pencatatan transaksi dan penyusunan laporan keuangan, optimalisasi pemasaran digital melalui pembuatan konten menarik di media sosial, serta penerapan rekrutmen karyawan yang lebih terstruktur dan penyusunan SOP tertulis untuk meningkatkan efisiensi operasional. Edukasi terkait kepatuhan syariah juga diberikan untuk memastikan UMKM tetap mematuhi standar Sistem Jaminan Produk Halal (SJPH). Hasil dari pendampingan ini menunjukkan adanya peningkatan efisiensi operasional, perluasan pasar melalui pemasaran digital, serta peningkatan keterampilan karyawan dan loyalitas pelanggan.

#### REFERENSI

- Ditta, A. S. A., & Candrani, A. D. (2023). Pelatihan Pembukuan Sederhana dan Implementasi Point of Sales Pada UMKM Kota Madiun. *Society: Jurnal Pengabdian dan Pemberdayaan Masyarakat*, 4(1), 36-46.
- Humas Tel-U Surabaya. (2024, October 30). *Pentingnya Media Sosial dalam Pemasaran Produk di Era Digital*. Universitas Telkom Surabaya.
- Malik, A., Djaganata, A. Y., Kurniawan, N. E., & Oktavia, Y. (2024). Analisis Strategi Pemasaran pada Usaha Mikro Kecil dan Menengah (UMKM). *Jurnal Intelek Insan Cendikia*, 1(10), 7155-7169.
- Novitasari, A. T. (2020, July). UMKM Pilar Dalam Perekonomian. In *Seminar Nasional And Procciding Dengan Tema Implementing Education And Economic Standart Throughout Asean Nations* (Vol. 2, pp. 1-4). UNINDRA.

- Pancawati, N. L. P. A. (2022). Total Quality Management Dan Biaya Mutu: Meningkatkan Daya Saing Melalui Kualitas Produk. *Ganaya: Jurnal Ilmu Sosial Dan Humaniora*, 5(2), 185-194. <https://doi.org/10.37329/ganaya.v5i2.1674>
- Priskilla, B. Y., Jurusan, S., & Pembangunan, E. (2022). *Peluang dan Tantangan Usaha Mikro Kecil dan Menengah (UMKM): Systematic Literature Review*. *Jurnal Ekonomi dan Pembangunan*, 1(1), 25-39. <https://jureka.fekonubt.net/index.php/jureka/article/view/21>
- Regina, T. (2022). Analisis Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Pertumbuhan Ekonomi Di Indonesia. *Kompleksitas*, 11(1), 36-45.
- Sahabuddin, R., Nathasya, S., Alfina, N., Wulandari, S. T. M., Rizkullah, R. R. A., & Syarif, M. R. A. (2023). Strategi Pengembangan Bisnis UMKM Industri Roti F4 Bakery. *Jurnal Kolaboratif Sains*, 6(12), 1762-1767. <https://doi.org/10.56338/jks.v6i12.4433>
- Sulistyan, R. B., & Afrianto, E. (2024). Sosialisasi Penguatan Organisasi melalui Teknologi Digital pada Generasi Muda. *Capacitarea : Jurnal Pengabdian Kepada Masyarakat*, 4(2), 43-49. <https://doi.org/10.35814/capacitarea.2024.004.02.06>
- Yahya, D. R., Mildawati, T., Syahrenny, N., & Sari, J. (2022). Pelatihan Dan Pendampingan Pembukuan Sederhana Dan Strategi Pemasaran Pada Umknesia Di Surabaya. *Jurnal Kreativitas dan Inovasi (Jurnal Kreanova)*, 2(1), 13-17.
- Yatminiwati, M., Setyobakti, M. H., Sulistyan, R. B., & Ermawati, E. (2021). Social Entrepreneurship in MSME Development. *International Journal of Environmental, Sustainability, and Social Sciences*, 2(3), 239-243. <https://doi.org/10.38142/ijesss.v2i3.111>
- Yolanda, C. (2024). Peran usaha mikro, kecil dan menengah (UMKM) dalam pengembangan ekonomi Indonesia. *Jurnal Manajemen Dan Bisnis*, 2(3), 170-186. <https://doi.org/10.36490/jmdb.v2i3.1147>
- Yuniarti, P., Wianti, W., & Nurgaheni, N. E. (2020). Analisis Faktor-faktor yang Mempengaruhi Tingkat Pertumbuhan Ekonomi di Indonesia. *SERAMBI: Jurnal Ekonomi Manajemen Dan Bisnis Islam*, 2(3), 169-176. <https://doi.org/10.36407/serambi.v2i3.207>