

Peningkatan Kapasitas UMKM Kesepuhan Sinar Resmi Melalui Optimalisasi Proses Produksi dan Pemanfaatan Aplikasi SMARTKAS

Rusda Wajhillah^{1*}, Yuri Rahayu², Ita Yulianti³, Rahma Sri Melati Putri⁴, M. Ibhammurrival⁵

^{1,2,3,4,5}Universitas Bina Sarana Informatika
Jl. Cemerlang No 8 Sukakarya Sukabumi, Indonesia

email korespondensi: rusda.rwh@bsi.ac.id

Submit: 10-09-2025 | Revisi: 21-09-2025 | Terima: 26-09-2025 | Terbit Online: 03-10-2025

Abstrak

Keterbatasan pengelolaan operasional produksi dan pemasaran produk menjadi kendala yang signifikan dan membatasi efisiensi dan daya saing produk. Masalah ini sejalan dengan temuan yang menunjukkan bahwa manajemen operasional yang belum optimal menjadi hambatan utama dalam meningkatkan produktivitas di UMKM Kesepuhan Sinar Resmi Sijimat. Saat ini proses produksi, pencatatan transaksi, hingga pelaporan keuangan yang dilakukan di UMKM Sijimat masih dilakukan secara konvensional. Penggunaan *digital marketing* belum sepenuhnya diterapkan dalam pemasaran produknya, pendekatan konvensional ini cenderung menghambat efisiensi, akurasi data, dan kemampuan UMKM dalam mengambil keputusan strategis yang tepat. Program Kemitraan Masyarakat (PKM) ini bertujuan untuk meningkatkan produksi dan branding melalui inovasi produk olahan pisang dan singkong. Metode pelaksanaan dibagi menjadi beberapa tahapan utama, dengan pendekatan partisipatif dan berkelanjutan. Dimulai dari Analisa situasi dan kebutuhan mitra. Pelatihan transfer teknologi tepat guna, pelatihan dan penerapan teknologi, pendampingan dan evaluasi berkala dan keberlanjutan program. Si Jimat sudah melakukan perubahan, edukasi, pelatihan dan bimbingan terkait manajemen pencatatan transaksi keuangan yang lebih terstruktur. Implementasi Aplikasi SMARTKAS terbukti membantu memudahkan Laporan Cash Flow, Laporan Inventori, Laporan Produksi dan Laporan Laba/Rugi. Peluang Pasar Baru Menjangkau pelanggan baru melalui platform digital sedangkan Pelatihan Desain Kemasan Label memberi pengetahuan bahwa kemasan bukan hanya sekadar bungkus, tetapi juga alat pemasaran yang kuat. Serangkaian kegiatan pelatihan tersebut mempengaruhi peningkatan pengetahuan dan keterampilan mitra menyentuh angka 84,8% untuk produksi dan 83,6 % untuk Manajemen.

Kata Kunci : Optimalisasi produksi; Pemanfaatan aplikasi smartkas; Digital marketing

Abstract

Limitations in the management of production operations and product marketing pose a significant challenge, restricting efficiency and product competitiveness. This issue aligns with findings that suboptimal operational management is a major obstacle to increasing productivity at UMKM (Micro, Small, and Medium Enterprises) Kesepuhan Sinar Resmi Sijimat. Currently, the production process, transaction recording, and financial reporting at UMKM Sijimat are still done conventionally. The use of digital marketing has not been fully implemented in product marketing. This conventional approach tends to hinder efficiency, data accuracy, and the UMKM's ability to make sound strategic decisions. This Community Partnership Program (PKM) aims to boost production and branding through innovative processed banana and cassava products. The implementation method is divided into several main stages using a participative and sustainable approach. It begins with an analysis of the partner's situation and needs, followed by training on appropriate technology transfer, technology implementation, periodic mentoring and evaluation, and program sustainability. Si Jimat has already undergone changes, education, training, and guidance related to a more structured financial transaction recording management. The implementation of the SMARTKAS Application has proven to be helpful in simplifying Cash Flow Reports, Inventory Reports, Production Reports, and Profit/Loss Statements. New market opportunities involve reaching new customers through digital platforms, while the Label Packaging Design Training provides knowledge that packaging is not just a wrapper but also a powerful marketing tool. The series of training activities has contributed to an increase in the partners' knowledge and skills, reaching 84.8% in production and 83.6% in management.

Keywords: Production Optimization; Utilization of applications smartkas; Digital marketing



1. Pendahuluan

Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah (UMKM) memegang peranan krusial dalam menopang perekonomian nasional, terbukti pada saat terjadi krisis ekonomi maupun pandemi Covid usaha UMKM masih bisa bertahan hidup termasuk di wilayah pedesaan. Kontribusi UMKM terhadap Produk Domestik Bruto (PDB) dan penyerapan tenaga kerja di Indonesia telah banyak dibuktikan melalui berbagai studi (Tambunan, 2019), yang menunjukkan peran vital sektor ini dalam menjaga stabilitas serta mendorong pertumbuhan ekonomi (Direktorat Statistik Industri, 2023). UMKM merupakan tulang punggung perekonomian Indonesia yang menyumbang lebih dari 60% dari total Produk Domestik Bruto (PDB) nasional dan menyerap sekitar 97% tenaga kerja di sektor non-pertanian. Dengan total 65,4 juta unit usaha, UMKM mencakup sekitar 99% dari seluruh unit usaha di Indonesia dan memainkan peran penting dalam menopang perekonomian nasional (KADIN, 2024). Hal ini menegaskan bahwa peranan UMKM sebagai tulang punggung ekonomi mampu mendorong pertumbuhan ekonomi inklusif dan pengurangan kemiskinan (Ranjani et al., 2024). Usaha Mikro Kecil dan Menengah (UMKM) masuk ke dalam usaha produktif milik orang perorangan atau badan usaha yang memenuhi kriteria usaha dengan jumlah karyawan, skala usaha, dan omset yang relatif kecil serta umumnya didirikan dengan modal yang minim atau terbatas tetapi berpotensi menciptakan lapangan kerja dan pemberdayaan yang sangat besar dalam memajukan perekonomian pasca krisis moneter pada tahun 1997 di Indonesia (Hapsari et al., 2024).

Seiring dengan meningkatnya kontribusi UMKM terhadap perekonomian, transformasi digital menjadi langkah strategis bagi UMKM agar tetap kompetitif. Melalui pemanfaatan platform *e-commerce* dan strategi pemasaran digital, dapat membuka peluang besar bagi UMKM untuk menarik basis pelanggan yang lebih luas, termasuk pasar internasional, sehingga meningkatkan potensi pendapatan bisnis (Purnomo et al., 2024). Sumber daya yang terbatas, seperti pendanaan dan keterampilan teknis yang tidak memadai, merupakan hambatan signifikan bagi adopsi teknologi digital oleh UMKM. Banyak pemilik dan karyawan UMKM tidak memiliki literasi digital yang dibutuhkan untuk memanfaatkan perangkat dan platform digital secara efektif, yang menghambat adopsi yang optimal. Selain itu, kekhawatiran tentang keamanan dan privasi data, ditambah dengan infrastruktur digital yang tidak memadai di daerah terpencil, semakin mempersulit proses digitalisasi. Terlepas dari hambatan-hambatan ini, potensi manfaat transformasi digital sangat besar (Purnomo et al., 2024). Proses produksi yang belum terstandarisasi menjadi salah satu penyebab utama rendahnya produktivitas UMKM (B. Susanto & Cahyono, 2017).

UMKM Keripik Si Jimat merupakan unit usaha ekonomi produktif yang berdiri sejak tahun 2024 di Kampung Adat Sirnaresmi, Kecamatan Cisolok, Kabupaten Sukabumi, Provinsi Jawa Barat. UMKM ini didirikan oleh Gia Saragosa dengan tujuan untuk memenuhi kebutuhan wisatawan yang mencari oleh-oleh khas daerah, khususnya pada saat acara Seren Tahun yaitu sebuah acara adat tahunan yang menarik ribuan pengunjung baik dari dalam maupun luar kota (Dian, 2024). Tingginya jumlah wisatawan yang hadir di acara tersebut mencapai lebih dari 3000 orang dapat menjadi peluang usaha dengan memanfaatkan potensi yang ada dalam upaya meningkatkan perekonomian masyarakat sekitar melalui pemanfaatan bahan baku lokal seperti pisang dan singkong dari petani setempat (Dendi, 2023). Meskipun memiliki potensi besar, UMKM sering menghadapi kendala klasik seperti keterbatasan modal, akses pasar, dan efisiensi produksi yang rendah (Firmansyah, 2018).

Hal serupa juga dialami oleh UMKM Si Jimat, keterbatasan dalam pengelolaan operasional produksi dan pemasaran produk menjadi kendala yang signifikan dan dapat membatasi efisiensi serta daya saing produk mereka. Masalah ini sejalan dengan temuan penelitian yang menunjukkan bahwa manajemen operasional yang belum optimal menjadi hambatan utama dalam meningkatkan produktivitas UMKM (Kelliher & Reinl, 2017). Saat ini proses produksi, pencatatan transaksi, hingga pelaporan keuangan yang dilakukan di UMKM Kasepuhan Sinar Resmi masih dilakukan secara konvensional. Selain itu, penggunaan *digital marketing* pada UMKM tersebut juga belum sepenuhnya diterapkan dalam pemasaran produknya. Meskipun prosedur tersebut telah berjalan selama bertahun-tahun, namun pendekatan konvensional ini cenderung menghambat efisiensi, akurasi data, dan kemampuan UMKM dalam mengambil keputusan strategis yang tepat (E. Susanto & Wibowo, 2021). Hal penting yang harus di adaptasi oleh Mitra selain aspek produksi yaitu aspek pemasaran dan manajemen. Adaptasi strategi digital marketing sebagai Branding Produk berperan penting dalam mempercepat pencapaian *Break-Even Point* (BEP) pada UMKM sektor manufaktur-retail melalui pendekatan *grounded theory* dan analisis data sekunder, ditemukan bahwa strategi digital marketing yang efektif mencakup efisiensi biaya promosi, peningkatan jangkauan dan volume penjualan, segmentasi pasar yang presisi, pemanfaatan data analytics, serta penguatan retensi pelanggan melalui integrasi *Customer Relationship Management* (CRM). Penerapan strategi ini tidak hanya berdampak pada efisiensi biaya operasional, tetapi juga memberikan keunggulan kompetitif bagi pelaku UMKM dalam merespons dinamika pasar digital. Model konseptual yang dikembangkan dalam penelitian ini menunjukkan keterkaitan erat antara digital marketing dan keberhasilan finansial usaha kecil, khususnya dalam konteks pencapaian titik impas secara lebih cepat dan terukur (Rahayu et al., 2025). Keterbatasan dalam pengelolaan keuangan secara manual, seperti pencatatan transaksi harian menggunakan buku besar fisik atau bahkan ingatan, berpotensi menimbulkan ketidakakuratan, kesulitan dalam melacak arus kas, dan minimnya informasi untuk analisis profitabilitas. Studi menunjukkan bahwa UMKM dengan pencatatan keuangan yang buruk kesulitan dalam

mengakses modal dan merencanakan pengembangan usaha. Selain itu, proses produksi yang belum terstandarisasi dan strategi branding yang belum optimal juga menjadi kendala serius dalam meningkatkan daya saing produk di pasar yang semakin kompetitif (Wardhani & Sari, 2019). Produk-produk lokal yang memiliki kualitas dan keunikan seringkali kurang dikenal luas karena keterbatasan akses terhadap teknik pengolahan yang inovatif dan strategi pemasaran yang efektif. Adopsi teknologi digital masih menjadi tantangan bagi banyak UMKM di Indonesia, terutama yang berada di daerah pedesaan, sehingga hal ini membatasi jangkauan pasar mereka (Arifin & Lestari, 2020). Studi menunjukkan bahwa implementasi teknologi digital, seperti *e-commerce*, dapat secara signifikan meningkatkan omzet dan jangkauan pasar UMKM (Wibowo & Pratiwi, 2019). Selain itu, manajemen inventaris dan pemasaran yang masih konvensional membatasi jangkauan pasar, sejalan dengan literatur internasional yang menyoroti bahwa digitalisasi merupakan faktor kunci dalam keberlanjutan dan pertumbuhan UMKM. Tanpa intervensi yang tepat, potensi ekonomi dan budaya dari UMKM ini tidak dapat dimaksimalkan, dan mereka akan kesulitan bersaing di pasar yang semakin kompetitif (Hossain, 2020).

Sebagai bagian dari upaya mendukung transformasi digital UMKM, Pemprov Jawa Barat menargetkan digitalisasi 1,5 juta usaha (Setianingsih, 2023). Dari jumlah tersebut, UMKM Si Jimat merupakan sasaran kami untuk membawa masuk ke dalam Target ini. Menyadari urgensi tersebut, maka pengabdian ini hadir untuk membantu secara inisiatif dan memberikan pendekatan dan solusi serta pendampingan yang berfokus pada optimalisasi proses produksi dan branding produk UMKM di Kasepuhan Sinar Resmi. Dengan memanfaatkan potensi sumber daya alam lokal, khususnya pisang dan singkong yang melimpah, kegiatan ini diusulkan dengan tujuan untuk memperkenalkan inovasi produk olahan yang memiliki nilai tambah tinggi. Pendampingan ini tidak hanya akan membahas aspek teknis produksi, tetapi juga memberikan edukasi dan bimbingan terkait manajemen dalam hal pencatatan keuangan yang lebih terstruktur melalui Aplikasi "SMARTKAS". Aplikasi "SMARTKAS" merupakan Aplikasi yang dirancang untuk mempermudah manajemen produksi, inventaris, dan pemasaran, sehingga UMKM dapat beroperasi lebih efektif. Penggunaan aplikasi ini diharapkan mampu menganalisis dan meningkatkan efisiensi proses produksi UMKM Kasepuhan Sinar Resmi, dengan mengadopsi prinsip-prinsip manajemen operasional yang telah terbukti berhasil di tingkat global (Heizer & Render, 2020). Melalui program ini diharapkan dapat meningkatkan efisiensi operasional, memperluas jangkauan pasar, dan pada akhirnya, mencapai kemandirian ekonomi yang berkelanjutan bagi UMKM Kasepuhan Sinar Resmi.

Tujuan dari Kegiatan Pengabdian Masyarakat ini untuk mengatasi tantangan yang dihadapi oleh UMKM Kasepuhan Sinar Resmi, mencakup:

- a. Mengoptimalkan Proses Produksi: Menganalisis dan mengidentifikasi area in-efisiensi dalam proses produksi UMKM Kasepuhan Sinar Resmi dan memberikan solusi praktis untuk meningkatkan efisiensi, kualitas, dan kuantitas produk.
- b. Mengintegrasikan Teknologi Digital: Mengembangkan dan mengimplementasikan aplikasi digital yang diberi nama "SMARTKAS" (Sistem Manajemen Terpadu Kasepuhan). Aplikasi ini dirancang untuk mempermudah manajemen produksi, inventaris, dan pemasaran, sehingga UMKM dapat beroperasi lebih efektif. Menganalisis dan meningkatkan efisiensi proses produksi UMKM Kasepuhan Sinar Resmi.
- c. Penerapan Digital Marketing dan desain kemasan Label

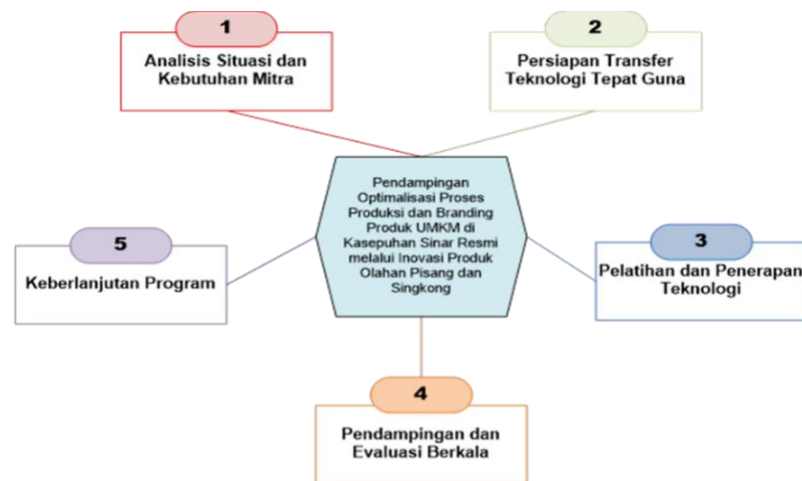
Kontribusi dari kegiatan ini diharapkan dapat memberikan kontribusi signifikan, baik secara teoritis maupun praktis. Secara teoritis, hasil penelitian ini akan memperkaya literatur mengenai strategi peningkatan kapasitas UMKM berbasis kearifan lokal melalui pendekatan terpadu antara optimalisasi proses produksi dan adopsi teknologi digital. Secara praktis, penelitian ini akan memberikan solusi nyata bagi UMKM Kasepuhan Sinar Resmi untuk meningkatkan kapasitas mereka, memperluas pasar, dan meningkatkan kesejahteraan komunitas. Selain itu, model yang diusulkan dan diimplementasikan dapat menjadi studi kasus dan panduan bagi UMKM serupa di daerah lain yang memiliki tantangan serupa.

2. Metode

Program Kemitraan Masyarakat (PKM) ini bertujuan untuk meningkatkan produksi dan branding UMKM di Kasepuhan Sinar Resmi melalui inovasi produk olahan pisang dan singkong. Metode pelaksanaan akan dibagi menjadi beberapa tahapan utama, dengan pendekatan partisipatif dan berkelanjutan. Penjelasan dari gambar 1 yang merupakan tahapan pelaksanaan kegiatan yang akan dilaksanakan sebagai berikut:

- a. Analisis Situasi dan Kebutuhan Mitra

Tahapan ini diawali dengan kunjungan langsung ke lokasi mitra, yakni UMKM Keripik Si Jimat di Kampung Adat Siraesmi, Sukabumi. Dalam kunjungan ini, dilakukan *Forum Group Discussion* (FGD) antara tim pelaksana program dengan Pengelola UMKM Si Jimat. Dalam diskusi ini menjadi media komunikasi dua arah untuk memastikan bahwa solusi yang dirancang benar-benar sesuai dengan kebutuhan mitra di lapangan. Selain itu, dalam tahapan ini juga diberikan kuisisioner awal kepada mitra. Kuisisioner ini dirancang untuk mengukur tingkat pengetahuan dan keterampilan awal mitra terkait tiga aspek utama kegiatan: produksi, manajemen usaha, dan pemasaran. Hasil dari kuisisioner ini akan menjadi baseline evaluasi untuk mengukur peningkatan kompetensi mitra setelah kegiatan pelatihan dan pendampingan dilaksanakan. Seluruh data yang terkumpul dari observasi lapangan, FGD, dan kuisisioner akan digunakan sebagai dasar dalam merancang program kegiatan dan strategi implementasi yang tepat sasaran, terukur, dan berkelanjutan.



Gambar 1. Tahapan Pelaksanaan Kegiatan

- b. Persiapan Transfer Teknologi Tepat Guna
Setelah kebutuhan mitra teridentifikasi, langkah selanjutnya adalah persiapan teknologi yang akan ditransfer. Tahapan ini mencakup penyediaan alat seperti mesin pengiris pisang dan singkong, mesin pengaduk rasa, dan alat press kemasan, serta pengembangan aplikasi pencatatan keuangan SmartKas untuk pengelolaan keuangan. Persiapan juga meliputi modul pelatihan dan panduan teknis penggunaan alat.
- c. Pelatihan dan Penerapan Teknologi
Tahap ini merupakan inti dari implementasi program di lapangan, di mana solusi yang telah dirancang yang akan diberikan dan diterapkan langsung kepada mitra. Kegiatan pelatihan dan penerapan teknologi difokuskan pada tiga aspek utama, yaitu produksi, manajemen usaha, dan pemasaran digital.
 - 1) Pelatihan Penggunaan Mesin Produksi dan Inovasi produk :
 - a) Memberikan pendampingan penggunaan alat produksi (Optimalisasi Proses Produksi)
Pelatihan ini difokuskan pada pengoperasian alat-alat produksi yang disediakan oleh tim pelaksana yang lebih efisien dan modern (jika memungkinkan dan sesuai kebutuhan UMKM) untuk meningkatkan kapasitas produksi dan mengurangi waktu pengerjaan.
 - b) Pendampingan Inovasi Olahan Produk
Pelatihan ini meliputi diversifikasi produk olahan, inovasi Olahan dan mengembangkan produk turunannya yang berfokus pada higienitas dan standarisasi untuk memastikan setiap proses produksi memenuhi standar kebersihan dan keamanan pangan.
 - c) Manajemen Produksi
Melatih UMKM dalam perencanaan produksi, manajemen stok bahan baku, dan kontrol kualitas produk.
 - 2) Pelatihan dan Pendampingan Branding Produk
Kegiatan ini mencakup beberapa tahap penting, diantaranya membantu UMKM dalam mendesain kemasan produk yang menarik, informatif, dan sesuai dengan target pasar. Memberikan pelatihan mengenai pemanfaatan platform digital seperti media sosial, *e-commerce* atau WhatsApp Business untuk promosi dan penjualan produk. Selain itu, menyelenggarakan pelatihan dalam penyusunan strategi pemasaran yang efektif, termasuk penentuan harga, target pasar, dan *Unique Selling Proposition* (USP) produk serta mendampingi UMKM dalam membangun identitas merek yang kuat dan mudah dikenali.
 - 3) Pelatihan Penggunaan Aplikasi untuk Manajemen Keuangan Digital :
Dalam pelatihan ini, mitra dikenalkan dan dibimbing untuk menggunakan aplikasi “SMARTKAS”.
- d. Pendampingan dan Evaluasi Berkala
Tahapan ini dilakukan dengan cara:
 - 1) Monitoring Rutin : Melakukan kunjungan berkala untuk memantau perkembangan produksi dan pemasaran produk UMKM, serta mengidentifikasi kendala yang mungkin muncul.
 - 2) Evaluasi Program: Mengadakan pertemuan evaluasi secara berkala dengan pelaku UMKM untuk mengukur keberhasilan program berdasarkan indikator yang telah ditetapkan (misalnya, peningkatan volume penjualan, diversifikasi produk, peningkatan omzet).
 - 3) Analisis Dampak: Menganalisis dampak PKM terhadap peningkatan kesejahteraan pelaku UMKM dan masyarakat Kasepuhan Sinar Resmi secara keseluruhan.
- e. Keberlanjutan Program
Untuk memastikan dampak program tidak berhenti setelah intervensi, akan dilakukan perencanaan keberlanjutan yang mencakup:
 - 1) Pembentukan Jaringan: Mendorong pembentukan jaringan antar-UMKM di Kasepuhan Sinar Resmi untuk saling mendukung dan berbagi pengalaman.
 - 2) Kemitraan: Memfasilitasi UMKM untuk menjalin kemitraan dengan pihak luar seperti distributor, toko oleh-oleh, atau supermarket lokal.

- 3) Pendampingan Lanjutan: Memberikan panduan untuk pendampingan berkelanjutan dari tim pelaksana atau pihak terkait lainnya jika diperlukan.

Evaluasi pelaksanaan program dilakukan untuk mengetahui sejauh mana kegiatan PKM telah memberikan dampak nyata bagi mitra, baik dari sisi peningkatan pengetahuan, keterampilan, maupun penerapan teknologi. Evaluasi ini mencakup beberapa aspek yang ditampilkan pada tabel 1:

Tabel 1. Evaluasi Kegiatan Program

Kegiatan	Luaran
Penggunaan teknologi tepat guna (mesin pengiris, pengaduk, dan alat kemasan)	Penerapan teknologi oleh mitra yang ditunjukkan dengan peningkatan efisiensi dan kapasitas produksi minimal 50% dalam 3 bulan.
Pelatihan dan pendampingan penggunaan aplikasi SmartKas	Peningkatan kemampuan mitra dalam pencatatan keuangan digital, dengan akurasi dan efisiensi pencatatan meningkat minimal 80%.
Pelatihan desain kemasan dan label produk	Peningkatan keterampilan mitra dalam membuat desain kemasan yang menarik dan informatif, serta mendukung branding produk.
Pelatihan strategi pemasaran digital	Meningkatnya pengetahuan dan keterampilan mitra dalam memanfaatkan media sosial dan marketplace sebagai media promosi, serta peningkatan jangkauan pasar.
Pendampingan pembuatan konten promosi digital (foto/video produk)	Mitra mampu menghasilkan konten visual produk yang lebih menarik, dengan peningkatan kualitas tampilan produk di media promosi digital.

3. Hasil dan Pembahasan

Lokasi kegiatan pengabdian dalam pelatihan dan pendampingan Pendampingan Optimalisasi Proses Produksi dan Branding Produk UMKM di Kasepuhan Sinar Resmi yang beralamat di Desa Sirnaresmi, Kecamatan Cisolok, Kabupaten Sukabumi, Jawa Barat. Berdasarkan hasil studi lapangan bahwa : pengelolaan keuangan belum di UMKM tersebut masih menggunakan sistem pencatatan dalam buku secara manual, sehingga Penerapan Aplikasi SMARTKAS ini mutlak sangat diperlukan untuk memudahkan pengelolaan transaksi, mengembangkan kemampuan mitra dalam pencatatan keuangan digital dengan akurasi dan efisiensi pencatatan yang meningkat minimal 80% dan bisa menghasilkan laporan keuangan secara akuntabel dan transparansi.



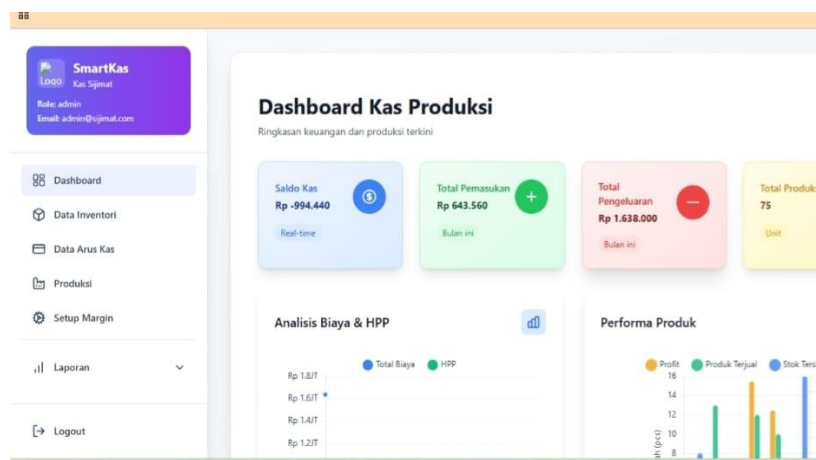
Gambar 2. Dokumentasi Pendampingan dan Pelatihan Aplikasi Smartkas

Gambar 3. Menunjukkan halaman awal dari Aplikasi SMARTKAS yang menampilkan tampilan login. Fitur login berfungsi sebagai gerbang awal untuk memastikan keamanan dan kerahasiaan data yang dikelola pengguna. Pada aplikasi SMARTKAS ini terdapat 2 hak akses yaitu user administrator dan kasir. User dengan hak akses administrator memiliki kewenangan penuh untuk mengelola data, termasuk input data inventori (Bahan Baku Langsung, Biaya Tenaga Kerja, Biaya Overhead Pabrik), Input Produk Jadi dan yang lainnya. Pada tahap uji coba, ditemukan kendala bahwa mitra sebagai Administrator masih belum paham terkait biaya apa saja yang termasuk kedalam biaya Overhead pabrik. Namun, setelah diberikan penjelasan dan pendampingan secara bertahap, pemahaman administrator menjadi meningkat secara signifikan.



Gambar 3. Halaman Awal Aplikasi SMARTKAS

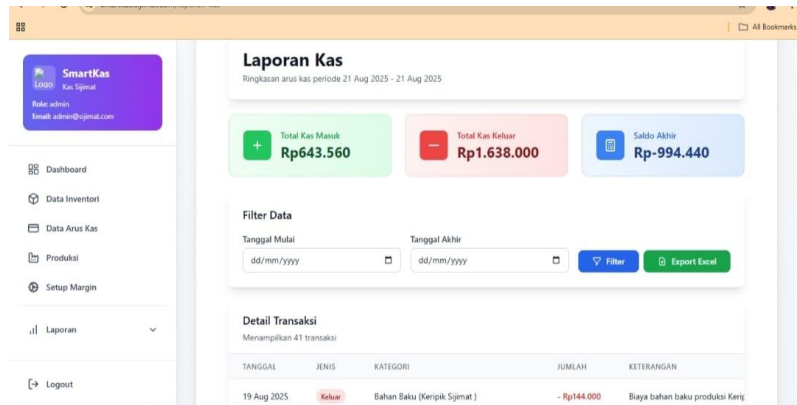
Selain administrator, terdapat juga user yang memiliki hak akses terbatas yaitu Kasir. Kasir pada aplikasi SMARTKAS hanya dapat menggunakan fitur-fitur yang berhubungan langsung dengan penjualan meliputi: input transaksi penjualan, dan mencetak struk atau nota penjualan. Pada tahap awal pelatihan, sama halnya dengan administrator, user kasir juga mengalami kesulitan terutama saat pertama kali mencatat transaksi penjualan dan melakukan pencetakan struk. Namun, kendala tersebut dapat diatasi melalui sesi pendampingan dan penjelasan langsung mengenai alur penggunaan aplikasi. Berdasarkan hasil evaluasi, terjadi peningkatan keterampilan dan pemahaman sekitar 80% dalam mengoperasikan Aplikasi.



Gambar 4. Menu Kas Produksi

Gambar 4 menunjukkan tampilan pada menu Kas Produksi. Menu ini yang berfungsi untuk mencatat semua aliran uang yang berhubungan langsung dengan proses produksi. Ini bukan sekadar mencatat pengeluaran, tetapi lebih spesifik pada pengeluaran yang memengaruhi biaya produksi. Fungsi-fungsi utama berikut:

- Mencatat Biaya Langsung (*Direct Costs*): Mencakup pengeluaran pembelian bahan baku utama : Bahan mentah singkong, pisang, minyak goreng, Kemasan dll
- Biaya Tenaga Kerja Langsung :Pembayaran upah harian atau upah mingguan untuk karyawan bagian produksi,
- Biaya Overhade Pabrik (BOP) Biaya selain Biaya Bahan Baku langsung dan Biaya Tenaga kerja langsung : Bahan penolong untuk produksi, Gas, biaya listrik untuk mesin produksi, biaya pemeliharaan alat dll.
- Mengatur dan Memantau Stok Bahan Baku: Menu ini sering terhubung dengan fitur inventaris atau stok. Mencatat pembelian bahan baku, yang otomatis akan berpengaruh terhadap jumlah stok dan saat bahan baku digunakan untuk produksi, stoknya akan berkurang.
- Membuat Laporan Biaya Produksi: Dengan semua data yang masuk, menu ini bisa secara otomatis membuat laporan rinci. Laporan ini bisa menunjukkan total biaya produksi dalam periode waktu tertentu, biaya per unit produk, dan perbandingan antara anggaran dengan pengeluaran aktual. Dan Estimasi Laba penjualna /unit.



Gambar 5. Sub Menu Laporan Kas (*CashFlow*)

Sementara itu, Gambar 5. menampilkan halaman Laporan Kas (*CashFlow*) yang merupakan salah satu sub menu laporan pada Aplikasi SMARTKAS. Sub menu *Cashflow* ini berfungsi sebagai modul untuk memantau arus kas pada UMKM Kasepuhan Sinar Resmi. Melalui sub menu ini, pengguna dapat melihat ringkasan Total Kas masuk, Total Kas Keluar dan Saldo Akhir, serta ada Detail Transaksi yang merupakan rincian transaksi apa saja yang mempengaruhi seluruh kas tersebut. Hasil olah data kuesioner menunjukkan adanya peningkatan kemampuan mitra dalam pengelolaan Transaksi Keuangan Digital melalui Aplikasi sebesar 80 %.



Gambar 6. Pelatihan Digital Marketing



Gambar 7. Pelatihan Desain Kemasan dan Label

Selain pelatihan yang terkait langsung dengan penggunaan Aplikasi, dilakukan pula pelatihan tambahan yang fokus pada aspek lain dari pengelolaan UMKM yaitu strategi pemasaran digital, desain kemasan dan penggunaan mesin produksi. Gambar 6. Merupakan dokumentasi dari Pelatihan Digital Marketing, dimana tujuan dari pelatihan ini adalah untuk memberi wawasan dan pengetahuan mengenai pentingnya adaptasi teknologi dalam pengelolaan usaha. Materi yang disampaikan mencakup transformasi digital, kompetisi pasar dan efisiensi operasional serta peluang pasar baru dalam menjangkau pelanggan baru melalui platform digital. Sedangkan Gambar 7. Merupakan dokumentasi dari Pelatihan Desain Kemasan dan Label Produk yang bertujuan untuk meningkatkan kemampuan UMKM di Kasepuhan Sinar resmi dalam menghasilkan kemasan yang menarik, informatif, dan sesuai standar pasar. Melalui kemasan yang baik, produk UMKM bisa naik kelas, bersaing dengan produk besar, dan meningkatkan penjualan secara signifikan. Hasil olah data kuesioner menunjukkan pelatihan yang berkaitan dengan strategi pemasaran digital, desain kemasan meningkat di angka 81 %.

Gambar 8 dan gambar 9, dan gambar 10 merupakan dokumentasi dari kegiatan pelatihan penggunaan mesin produksi yang menunjukkan upaya pengembangan kapasitas UMKM dalam menerapkan teknologi terapan. Pelatihan ini bertujuan agar mitra dapat mengoperasikan mesin produksi secara efisien, memahami prosedur keselamatan kerja, serta mengoptimalkan proses produksi untuk meningkatkan kualitas dan kuantitas produk. Gambar 8. Membuktikan bahwa proses kerja mesin pemotong otomatis dapat menghasilkan produk dengan hasil ketebalan yang konsisten dan masa pengerjaan lebih cepat. Sementara itu, Gambar 9. Menunjukkan bahwa mesin pengaduk rasa beroperasi dengan baik dan memberikan kualitas produk dengan rasa yang konsisten dan merata. Kemampuan mitra dalam mengoperasikan mesin setelah mengikuti pendampingan dan pelatihan meningkat 83 % terlihat dari hasil kerja langsung dan hasil uji olah data kuesioner.



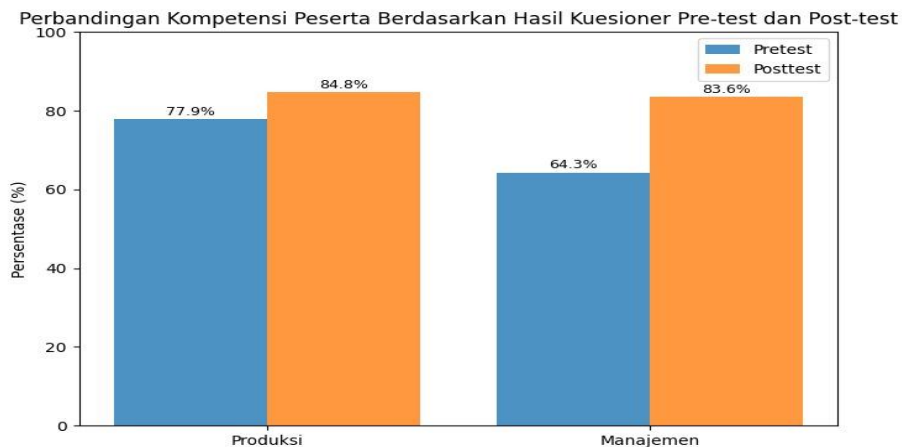
Gambar 8. Hasil Kerja mesin pemotong Otomatis



Gambar 9. Hasil kerja Mesin pengaduk rasa



Gambar 10. Tampilan Akhir Produk Jadi Siap Jual dengan Kemasan dan Label Baru



Gambar 11. Perbandingan Kompetensi mitra sebelum dan sesudah mengikuti pelatihan

Gambar 11 menunjukkan ada peningkatan kompetensi di bagian produksi 77,9% → 84,8% menunjukkan peningkatan 6,9 poin persentase, dibanding sebelum pelatihan. Peningkatan ini karena adanya Efisiensi Proses Produksi dengan memanfaatkan mesin produksi baru. Peningkatan pengetahuan teknis pekerja dalam mengolah bahan baku. Kualitas produk yang dihasilkan lebih baik, konsistensi ukuran dan rasa bisa dijaga sehingga memenuhi standar pasar, yang juga berpengaruh pada peningkatan persentase produksi yang layak jual. Sedangkan untuk peningkatan Manajemen dari 64,3% menjadi 83,6 % ini memperlihatkan adanya peningkatan kemampuan pengelolaan keuangan digital melalui Aplikasi. Sebelum pelatihan pencatatan keuangan masih manual, sering tidak rapi, sulit dipantau real-time., rentang akan kesalahan. Setelah mengikuti pendampingan dan pelatihan, mitra mampu menggunakan aplikasi dengan baik untuk pencatatan arus kas, laporan produksi, laporan inventori, laporan laba rugi, dan kontrol biaya lebih transparan dan akuntabel. Hal yang sama dengan Manajemen Pemasaran Digital, sebelum pelatihan, pemasaran masih konvensional, jangkauan terbatas, promosi kurang optimal. Setelah pelatihan, peserta mampu menggunakan media sosial, dan strategi branding online untuk memperluas target pasar.

4. Kesimpulan

Adopsi teknologi digital mutlak harus di terapkan, karena digitalisasi merupakan faktor kunci dalam keberlanjutan dan pertumbuhan UMKM. Sesuai dengan tujuan awal kegiatan PKM di UMKM Si Jimat di Kasepuhan Sinar Resmi yaitu ingin mengoptimalkan proses Produksi dengan memberikan solusi praktis untuk meningkatkan efisiensi, kualitas, dan kuantitas produk. Mengintegrasikan Teknologi Digital dengan mengembangkan dan mengimplementasikan Aplikasi Digital yang diberi nama “SMARTKAS”, Penerapan Digital Marketing dan desain kemasan Label. Si Jimat sudah melakukan perubahan, sesuai dengan tujuan awal yaitu dengan mendapat pendampingan dan pelatihan terkait aspek teknis produksi, edukasi dan bimbingan terkait manajemen pencatatan transaksi keuangan yang lebih terstruktur melalui Aplikasi SMARTKAS, dimana Aplikasi ini terdapat 2 hak akses yaitu user administrator dan kasir. Implementasi Aplikasi SMARTKAS terbukti membantu memudahkan dalam pembuatan Laporan Cash Flow, Laporan Inventori, Laporan Produksi dan Laporan Laba/Rugi.

Selain pelatihan yang terkait langsung dengan penggunaan Aplikasi keuangan, dilakukan pula pelatihan yang fokus pada aspek lain dari pengelolaan UMKM yaitu strategi pemasaran digital, desain kemasan. Melalui pelaksanaan berbagai jenis pendampingan dan pelatihan ini, tidak hanya meningkatkan kemampuan teknis dalam mengoperasikan aplikasi keuangan digital dan mesin produksi, tetapi juga memperluas wawasan strategis terkait Manajemen Sumber Daya manusianya yaitu peningkatan manajemen usaha dan pemasaran. Berdasarkan evaluasi dari hasil data kuesioner yang di sebarakan sebelum dan sesudah melakukan pendampingan dan pelatihan, kemampuan mitra mengalami peningkatan penguasaan produksi dan manajemen rata-rata diangka 84, 8 % dan 83,6 % dari tiga fokus utama tujuan awal yang sudah ditargetkan. Kontribusi dari kegiatan ini diharapkan dapat memberikan kontribusi signifikan, baik secara teoritis maupun praktis. Secara teoritis, hasil penelitian ini akan memperkaya literatur mengenai strategi peningkatan kapasitas UMKM berbasis kearifan lokal melalui pendekatan terpadu antara optimalisasi proses produksi dan adopsi teknologi digital. Secara praktis, penelitian ini akan memberikan solusi nyata bagi UMKM Kasepuhan Sinar Resmi Si Jimat untuk meningkatkan kapasitas mereka, memperluas pasar, dan meningkatkan kesejahteraan komunitas. Selain itu, model yang diusulkan dan diimplementasikan dapat menjadi studi kasus dan panduan bagi UMKM serupa di daerah lain yang memiliki tantangan serupa.

Penghargaan

Terima kasih kepada Kementerian Pendidikan, Kebudayaan, Riset dan Teknologi yang sudah mendanai kegiatan Pengabdian Pada Masyarakat dengan Skema Pemberdayaan Masyarakat Tahun Pelaksanaan 2025 di daerah Kampung Adat Kasepuhan Sinar Resmi UMKM Si Jimat, Kecamatan Cisolok, Kabupaten Sukabumi, Propinsi Jawa Barat. Semoga kemitraan ini membawa manfaat, peningkatan potensi dan kompetensi mitra, dan peningkatan taraf hidup masyarakat sekitar.

Referensi

- Arifin, S., & Lestari, D. A. (2020). Digitalisasi UMKM: Tantangan dan Strategi Penerapan Teknologi dalam Pemasaran dan Operasional. *Jurnal Bisnis Dan Keuangan*, 7(2), 89–102.
- Dendi, D. (2023). *Seren Taun Kasepuhan Sinar Resmi Sukabumi ke 444 Tahun, Berlangsung Meriah*. Radarsukabumi.Com. <https://radarsukabumi.com/berita-utama/seren-taun-kasepuhan-sinar-resmi-sukabumi-ke-444-tahun-berlangsung-meriah/>
- Dian, D. (2024). *Seren Taun 2024 Perayaan Syukur dan Pelestarian Budaya di Kasepuhan Sinar Resmi*. Sukabumihitz.Com. <https://sukabumihitz.com/berita/seren-taun-2024-perayaan-syukur-dan-pelestarian-budaya-di-kasepuhan-sinar-resmi/>
- Direktorat Statistik Industri. (2023). *Profil Industri Mikro dan Kecil*. <https://www.bps.go.id/id/publication/2023/10/27/c1f1e0126c61890fd03d74c/profil-industri-mikro-dan-kecil-2022.html>
- Firmansyah, A. (2018). Analisis Faktor-Faktor Penghambat dan Pendukung Perkembangan UMKM di Indonesia. *Jurnal Ekonomi Dan Bisnis*, 15(2), 121–135.
- Hapsari, Y. A., Apriyanti, P., Hermiyanto, A., & Rozi, F. (2024). Analisis Peran UMKM Terhadap Perkembangan Ekonomi di Indonesia. *Jurnal Manajemen Dan Ekonomi Kreatif*, 2(4).
- Heizer, J., & Render, B. (2020). *Operations Management: Sustainability and Supply Chain Management*. Pearson Education.
- Hossain, M. A. (2020). Digital transformation in small and medium enterprises (SMEs). *A Systematic Literature. Journal of Business Research*, 11, 39–59.
- KADIN. (2024). *UMKM Indonesia*. <https://kadin.id/data-dan-statistik/umkm-indonesia/>
- Kelliher, K., & Reinl, R. (2017). A case study of operational change in a micro-firm: The manager's perspective. *Journal of Management & Organization*, 23(1), 1–17.
- Purnomo, S., Nurmawati, N., & Nurchim, N. (2024). Digital transformation of MSMEs in Indonesia. *A*

- Systematic. Journal of Management and Digital Business*, 4(2), 301–312.
- Rahayu, Y., Riyanto, A., & Hudin, J. M. (2025). daptasi Strategi Digital Marketing Menuju Break-Even Point. *Jurnal Justika*, 28–33.
- Ranjani, E., Fitri, A. O., & Fasa, M. I. (2024). Peran Perbankan Syariah dalam Transformasi Layanan Pembiayaan UMKM Melalui Teknologi Finansial (FINTECH). *Inflasi: Jurnal Ekonomi, Manajemen Dan Perbankan*, 1(2), 67–72.
- Setianingsih, Y. (2023). *Digitalisasi Tumbuhkan Pelaku Usaha di Jawa Barat*. Golali.Id.
- Susanto, B., & Cahyono, A. (2017). Peningkatan Produktivitas UMKM melalui Optimalisasi Proses Produksi dan Manajemen Rantai Pasok. *Jurnal Manajemen Industri*, 12(1), 34–45.
- Susanto, E., & Wibowo, H. (2021). Analisis Permasalahan Pengelolaan Keuangan UMKM dan Solusi Inovatif. *Jurnal Akuntansi Bisnis*, 8(1), 45–60.
- Tambunan, H. T. (2019). Recent Development of Micro, Small and Medium Enterprises in Indonesia. *International Journal of Social Sciences and Management Review*, 6(1), 193–214.
- Wardhani, S., & Sari, M. A. (2019). Strategi Pemasaran dan Branding Produk Lokal UMKM untuk Meningkatkan Daya Saing. *Jurnal Manajemen Pemasaran*, 7(2), 88–102.
- Wibowo, A., & Pratiwi, P. (2019). Pengaruh Iterhadap Peningkatan Omzet Penjualan UMKM Batik. *Jurnal Pengabdian Masyarakat*, 5(1), 21–30.