

## Penguatan UMKM Takso By Freyfood Melalui Transformasi Digital dan Sistem Keuangan

Clara Ayu L<sup>1\*</sup>, Laelani Safitri<sup>2</sup>, Reha Izan Zakiah<sup>3</sup>, Fitri SM.,MM<sup>4</sup>

<sup>1,2,3,4</sup> Fakultas Ekonomi & Manajemen, Universitas Islam Dr.Khez Muttaqien, Jl. KK Singawinata No.83, Situ Buleud, Purwakarta, Jawa Barat, 41181, Indonesia

E-mail: [laeftri10@gmail.com](mailto:laeftri10@gmail.com)

\* Corresponding Author



<https://doi.org/10.31004/jerkin.v4i3.4401>

### ARTICLE INFO

### ABSTRACT

#### Article history:

Received: 02 Jan 2026

Revised: 08 Jan 2026

Accepted: 14 Jan 2026

#### Kata Kunci:

UMKM, Transformasi Digital, Sistem Keuangan

#### Keywords:

UMKM, Digital Transformasi, Finansial System.



Kegiatan pengabdian kepada masyarakat ini bertujuan untuk memperkuat UMKM Takso By Freyfood melalui penerapan transformasi digital dan sistem keuangan yang lebih terstruktur guna meningkatkan efisiensi dan daya saing usaha. UMKM ini menghadapi berbagai permasalahan, antara lain pemasaran digital yang masih terbatas, pencatatan keuangan yang dilakukan secara manual, kapasitas produksi yang rendah, serta keterbatasan sumber daya manusia dalam pengelolaan usaha. Metode pelaksanaan kegiatan meliputi observasi lapangan, wawancara terstruktur dengan pemilik usaha, pelatihan, serta pendampingan melalui simulasi penggunaan aplikasi digital. Pendampingan difokuskan pada penerapan pencatatan keuangan sederhana berbasis Microsoft Excel, optimalisasi pemasaran digital melalui media sosial Instagram dan TikTok, peningkatan kualitas konten promosi, serta perbaikan manajemen operasional usaha. Hasil kegiatan menunjukkan adanya peningkatan pemahaman pemilik usaha terhadap pengelolaan keuangan yang lebih rapi dan sistematis, perluasan jangkauan pemasaran secara digital, serta peningkatan efisiensi dalam proses operasional. Secara keseluruhan, kegiatan pengabdian ini memberikan dampak positif dalam meningkatkan kinerja dan daya saing UMKM Takso By Freyfood secara berkelanjutan.

*This community service activity aims to strengthen the Takso By Freyfood MSME through the implementation of digital transformation and a more structured financial system to improve business efficiency and competitiveness. This MSME faces various problems, including limited digital marketing, manual financial record keeping, low production capacity, and limited human resources in business management. The implementation method includes field observations, structured interviews with business owners, training, and mentoring through simulations of digital application usage. The mentoring focused on implementing simple financial records based on Microsoft Excel, optimizing digital marketing through social media platforms like Instagram and TikTok, improving the quality of promotional content, and improving business operational management. The results of the activity showed an increase in business owners' understanding of more organized and systematic financial management, expanding digital marketing reach, and increasing efficiency in operational processes. Overall, this community service activity has a positive impact on improving the performance and competitiveness of the Takso By Freyfood MSME in a sustainable manner.*



This is an open access article under the CC-BY-SA license.

**How to Cite:** Clara Ayu L, et al. (2025). Penguatan UMKM Takso By Freyfood Melalui Transformasi Digital dan Sistem Keuangan, 4(3). <https://doi.org/10.31004/jerkin.v4i3.4401>

### PENDAHULUAN

Menurut Undang-Undang Nomor 20 Tahun 2008 tentang Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah merupakan kegiatan usaha yang mampu memperluas lapangan kerja dan memberikan pelayanan ekonomi secara luas kepada masyarakat, dan dapat berperan dalam proses pemerataan dan peningkatan pendapatan masyarakat, mendorong pertumbuhan ekonomi, dan berperan dalam mewujudkan stabilitas

nasional. Selain itu, Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah adalah salah satu pilar utama ekonomi nasional yang harus memperoleh kesempatan utama, dukungan, perlindungan dan pengembangan seluas-luasnya sebagai wujud keberpihakan yang tegas kepada kelompok usaha ekonomi rakyat, tanpa mengabaikan peranan Usaha Besar dan Badan Usaha Milik Negara.

UMKM juga berfungsi untuk mendistribusikan ekonomi di masyarakat dengan lebih merata. Dengan modal yang tidak terlalu besar, UMKM memberikan peluang bagi banyak orang untuk memulai usaha, meningkatkan taraf hidup, dan mengurangi jumlah pengangguran. Selain itu, UMKM memiliki kemampuan beradaptasi yang tinggi terhadap perubahan pasar, sehingga lebih cepat mengikuti tren konsumen baru.

Di Purwakarta, keberadaan UMKM mendukung pertumbuhan ekonomi lokal, menciptakan lapangan kerja baru, dan meningkatkan pendapatan masyarakat. Contohnya, makanan khas Purwakarta seperti sate maranggi, olahan ikan, dan hidangan tradisional lainnya menjadi produk populer di kalangan wisatawan. Sementara itu, sektor kerajinan dan industri kreatif juga menunjukkan perkembangan pesat seiring meningkatnya minat konsumen. Data menunjukkan bahwa hingga tahun 2024 jumlah UMKM di Kabupaten Purwakarta telah mencapai ± 16.502 unit usaha. Namun, UMKM di Purwakarta masih menghadapi beberapa kendala, seperti kurangnya modal, sulitnya akses pasar, penggunaan teknologi digital yang belum maksimal, serta diperlukan peningkatan dalam keterampilan manajemen bagi pelaku usaha. Oleh karena itu, sangat penting adanya dukungan dari pemerintah setempat, lembaga keuangan, dan masyarakat agar UMKM di Purwakarta dapat berkembang lebih baik, bersaing, dan berkontribusi pada pertumbuhan ekonomi yang berkelanjutan.

Penguatan potensi yang dimiliki serta penanggulangan berbagai tantangan yang dihadapi diharapkan mampu menjadikan sektor UMKM di Kabupaten Purwakarta sebagai salah satu sektor unggulan yang berperan signifikan dalam meningkatkan perekonomian daerah serta memperkuat posisi Purwakarta sebagai pusat pertumbuhan ekonomi kreatif di Provinsi Jawa Barat.

Salah satu usaha mikro, kecil, dan menengah yang sedang berkembang di Purwakarta adalah Tahu Bakso, yang dimiliki oleh Siti Mariam. Usaha ini bermula dari pengalaman Nadira yang telah menjual sayuran secara online selama sekitar enam tahun. Kemudian, ia bergabung dalam bisnis baso aci dengan menyuplai bahan adonan. Namun, kerjasamanya itu terhenti akibat pandemi Covid-19, sehingga Nadira memutuskan untuk berdiri sendiri dan mengembangkan usahanya.

Gagasan usaha Takso By FreyFood berawal dari keinginan untuk memproduksi adonan secara mandiri dan mengembangkannya menjadi produk makanan bernilai jual, salah satunya tahu bakso. Produk awal yang dihasilkan berupa tahu bakso dengan kapasitas produksi sekitar 60 pcs per hari, kemudian meningkat seiring tingginya permintaan pasar hingga mencapai rata-rata 600 pcs, bahkan mencapai 1.000 pcs per hari. Pertumbuhan tersebut mendorong pendirian usaha secara resmi pada tahun 2023 dengan nama Takso By FreyFood. Saat ini, UMKM tersebut telah memiliki izin usaha dan sertifikasi halal, yang menjadi bukti komitmen dalam menjaga kualitas produk sekaligus meningkatkan kepercayaan konsumen terhadap brand Takso By FreyFood.

UMKM Takso By FreyFood merupakan salah satu pelaku usaha kuliner di Purwakarta yang menunjukkan perkembangan pesat dalam beberapa tahun terakhir. Usaha ini berfokus pada produksi tahu bakso sebagai produk utama yang kemudian dikembangkan menjadi berbagai olahan lain seperti siomay dan tahu isi. Di balik keberhasilan usaha ini terdapat sosok Nadira Shanum, pemilik yang dikenal tekun, kreatif, dan berani berinovasi dalam mengembangkan produk serta memperluas jangkauan pasar. Ketekunan dan kreativitas tersebut membuktikan bahwa inovasi yang konsisten mampu mengubah tantangan menjadi peluang. Dengan dukungan yang tepat, UMKM di Purwakarta seperti Takso By FreyFood memiliki potensi besar untuk terus tumbuh, berkompetisi, dan memberikan kontribusi nyata terhadap perekonomian daerah maupun nasional.

Transformasi digital tidak hanya mencakup penggunaan media sosial sebagai media promosi, tetapi juga perubahan pola pikir dalam mengelola usaha melalui optimalisasi teknologi untuk mendukung pengelolaan keuangan, kontrol stok, pelayanan pelanggan, dan strategi branding. Dalam konteks UMKM kuliner, pemanfaatan digital marketing terbukti mampu meningkatkan brand awareness, memperluas jangkauan pasar, serta mendorong pertumbuhan penjualan secara signifikan dibandingkan hanya mengandalkan penjualan offline.

Namun penerapan digital marketing tidak akan optimal apabila tidak diimbangi dengan manajemen keuangan yang baik. Banyak UMKM mengalami kebocoran keuangan karena pencatatan yang tidak sistematis, pencampuran keuangan pribadi dan usaha, hingga perencanaan modal yang tidak terukur. Penerapan literasi finansial serta pencatatan keuangan digital pada UMKM terbukti berperan penting dalam membantu pelaku usaha memahami struktur biaya, menentukan harga jual yang tepat, menganalisis laba, mengambil keputusan investasi, hingga meminimalkan risiko kerugian.

## **METODE**

Takso By Freyfood yang berlokasi di Perum Citra Sakinah Blok B No. 19, Kabupaten Purwakarta, Jawa Barat. Sejak tahap perencanaan, pemilik UMKM dilibatkan secara kolaboratif untuk mengidentifikasi permasalahan prioritas dan menentukan kebutuhan program agar setiap kegiatan yang dilakukan benar-benar relevan dengan kondisi usaha. Pendekatan ini dipilih berdasarkan prinsip bahwa perubahan perilaku dan transformasi praktik usaha hanya dapat terjadi apabila pemilik UMKM terlibat secara langsung dalam proses analisis masalah dan penyelesaian solusi.

Strategi riset yang digunakan adalah Participatory Action Research (PAR), di mana mahasiswa dan pemilik UMKM bersama-sama melakukan observasi permasalahan usaha, merumuskan tujuan program, serta menyepakati rencana aksi. Observasi awal dilakukan untuk memahami alur operasional produksi, manajemen pemasaran, serta sistem pencatatan keuangan. Wawancara mendalam dilakukan untuk menggali kendala, kebutuhan, dan kesiapan pemilik usaha terhadap perubahan digital. Setelah masalah prioritas teridentifikasi, dilakukan penyusunan rencana aksi yang melibatkan pemilik UMKM sebagai pengambil keputusan sehingga program pendampingan tidak hanya berupa pelatihan, melainkan proses pemberdayaan.

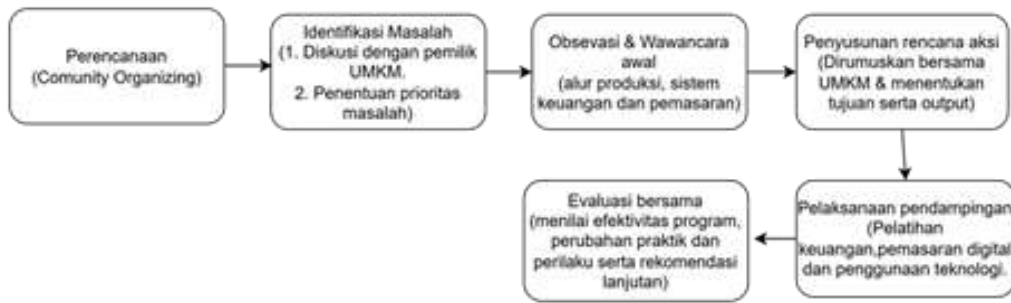
Kegiatan pengabdian kepada masyarakat dilakukan melalui beberapa metode. Metode pertama adalah observasi, yaitu dengan mengamati secara langsung proses usaha yang berjalan. Pengamatan dilakukan terhadap pembuatan tahu bakso, alur pencatatan transaksi harian, sistem pengelolaan keuangan, serta strategi pemasaran yang digunakan. Dari hasil observasi, ditemukan beberapa permasalahan aktual seperti pencatatan keuangan yang masih manual, kapasitas produksi yang terbatas, dan penggunaan media promosi yang belum optimal.

Metode selanjutnya adalah konsultasi yang dilakukan melalui diskusi intensif dengan pemilik UMKM. Konsultasi ini bertujuan menggali lebih dalam permasalahan yang dihadapi pelaku usaha. Beberapa temuan utama yang diperoleh antara lain pencatatan keuangan yang tidak rapi karena transaksi hanya dicatat di buku tulis tanpa format baku, kekurangan sumber daya manusia karena seluruh kegiatan usaha ditangani langsung oleh pemilik, pemasaran yang terbatas karena hanya mengandalkan Instagram, serta kapasitas produksi yang sulit ditingkatkan akibat minimnya peralatan dan tenaga kerja. Temuan-temuan tersebut menjadi dasar dalam merumuskan kebutuhan prioritas UMKM untuk ditingkatkan melalui program pendampingan.

Metode berikutnya adalah pelatihan yang dilaksanakan secara bertahap agar pemilik UMKM mampu memahami dan menerapkan materi secara mandiri. Pada pelatihan keuangan, pendampingan difokuskan pada penggunaan aplikasi kasir gratis seperti Griyo POS

Griyopos adalah aplikasi resmi dari Pos Indonesia yang memberikan kemudahan untuk mengirim paket langsung dari rumah. Dengan aplikasi ini, pengguna bisa memesan layanan penjemputan paket, mengecek tarif kiriman, melihat status pengiriman secara real time, dan mengatur kebutuhan pengiriman tanpa harus datang ke kantor pos. Aplikasi ini dibuat untuk membuat proses pengiriman lebih cepat, praktis, dan efisien. hingga pemilik mampu mencatat transaksi secara konsisten. Pelatihan pemasaran digital meliputi pembuatan konten foto produk menggunakan Canva, pengunggahan konten ke Instagram dan TikTok dengan caption yang lebih menarik, serta penyusunan jadwal unggahan agar pemasaran lebih teratur dan konsisten.

Selain itu, dilakukan juga simulasi teknologi sebagai upaya mengenalkan berbagai aplikasi digital yang mendukung pengembangan usaha. Kegiatan ini mencakup penggunaan aplikasi pencatatan keuangan harian, pembuatan desain promosi sederhana, optimalisasi fitur katalog pada WhatsApp Business, serta pengenalan ShopeeFood dan marketplace sebagai saluran pemasaran baru.

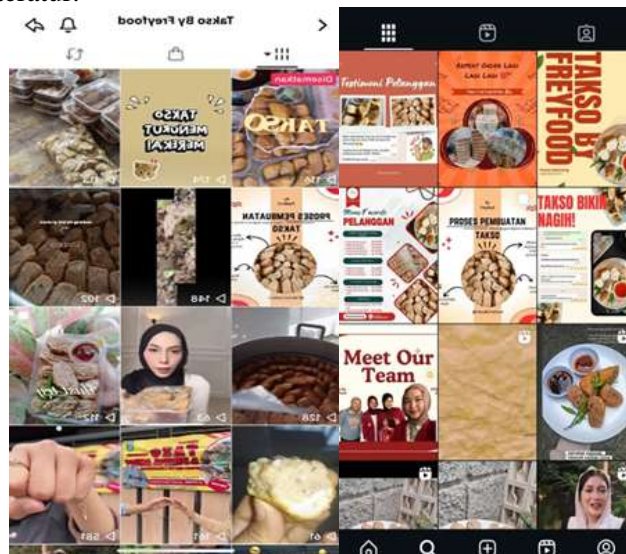


### HASIL DAN PEMBAHASAN

Kegiatan ini membawa perubahan nyata bagi UMKM Takso By Freyfood. Dalam aspek pemasaran, UMKM yang sebelumnya hanya mengandalkan Instagram kini mulai memanfaatkan TikTok untuk membuat konten video produk dan menggunakan WhatsApp Business sebagai katalog serta sarana merespons pelanggan. Pemahaman pemilik mengenai brand awareness serta pentingnya konsistensi dalam membuat konten juga meningkat. Selain itu, pemilik mulai menyadari bahwa promosi digital bukan hanya sekadar mengunggah foto produk, tetapi memerlukan strategi yang terarah mencakup pemilihan desain visual, tulisan persuasif, penggunaan tagar, waktu unggahan, dan interaksi dengan audiens.

Melalui pendampingan, pemilik memperoleh pengetahuan tentang cara mengidentifikasi tren pasar, mengamati kompetitor, dan menyesuaikan konten agar lebih menarik perhatian target konsumen. Konten video yang sebelumnya tidak pernah dibuat kini menjadi salah satu media utama untuk menarik calon pembeli karena dianggap lebih interaktif dan mampu menunjukkan tekstur serta kualitas produk secara lebih jelas. Akun bisnis WhatsApp yang digunakan sebagai katalog juga meningkatkan profesionalitas usaha karena memungkinkan pelanggan melihat daftar produk, harga, varian, dan informasi pemesanan secara praktis.

Pada aspek keuangan, pencatatan yang awalnya dilakukan secara manual di buku tulis telah beralih ke format Excel sehingga pemasukan, pengeluaran, dan laba dapat dicatat lebih rapi. Pemisahan antara keuangan pribadi dan usaha mulai diterapkan, dan pemilik mampu memantau arus kas serta persediaan secara lebih teratur.



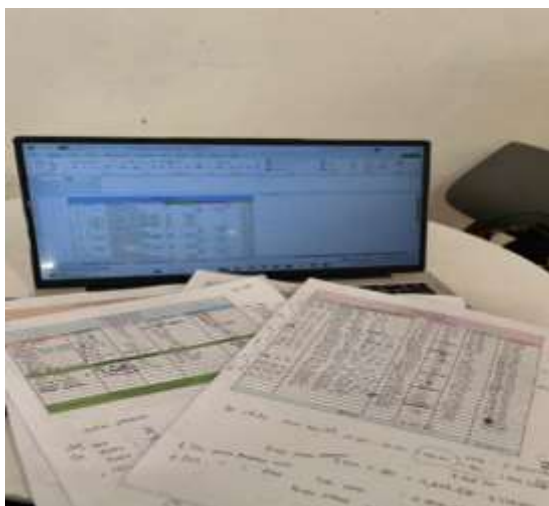
**Gambar 1.** Kegiatan Membuat Konten Tiktok, Desain Promosi di Instagram

Melalui pendampingan, pemilik memperoleh pengetahuan tentang cara mengidentifikasi tren pasar, mengamati kompetitor, dan menyesuaikan konten agar lebih menarik perhatian target konsumen. Konten video yang sebelumnya tidak pernah dibuat kini menjadi salah satu media utama untuk menarik calon pembeli karena dianggap lebih interaktif dan mampu menunjukkan tekstur serta kualitas produk secara lebih jelas. Akun bisnis WhatsApp yang digunakan sebagai katalog juga meningkatkan

profesionalitas usaha karena memungkinkan pelanggan melihat daftar produk, harga, varian, dan informasi pemesanan secara praktis.

Pada aspek keuangan, pencatatan yang awalnya dilakukan secara manual di buku tulis telah beralih ke format Excel sehingga pemasukan, pengeluaran, dan laba dapat dicatat lebih rapi. Pemisahan antara keuangan pribadi dan usaha mulai diterapkan, dan pemilik mampu memantau arus kas serta persediaan secara lebih teratur.

Melalui pendampingan, pemilik menyadari bahwa pencatatan keuangan bukan sekadar formalitas administrasi, tetapi merupakan data penting yang dapat menjadi dasar perhitungan pertumbuhan usaha, analisis tren penjualan, serta perencanaan ekspansi. Kesadaran akan pentingnya transparansi dan akuntabilitas dalam keuangan membuat pemilik lebih disiplin dalam mencatat transaksi harian dan membuat rekap mingguan, sehingga risiko kesalahan perhitungan atau penggunaan keuangan yang tidak terkontrol dapat diminimalkan. Perubahan ini menunjukkan adanya peningkatan kapasitas literasi finansial yang berpengaruh langsung terhadap keberlanjutan usaha.



**Gambar 2.** Analisis Pencatatan Keuangan

Penerapan sistem pencatatan ini juga diperkuat melalui penggunaan tabel laporan laba rugi dan posisi keuangan, yang membantu pemilik untuk memahami dengan jelas hubungan antara pendapatan, biaya bahan baku, biaya operasional, dan keuntungan bersih. Tabel keuangan tersebut tidak hanya berfungsi sebagai alat dokumentasi keuangan, tetapi juga sebagai instrumen untuk mengevaluasi efektivitas keputusan usaha, menentukan harga jual, dan merencanakan pembelian bahan baku dalam siklus produksi berikutnya.

Dari sisi operasional, pendampingan membantu melakukan penataan ulang alur produksi, memperbaiki kontrol bahan baku, serta memberikan arahan terkait kebutuhan SDM dan peralatan agar proses kerja lebih efisien. Perubahan-perubahan ini berdampak positif terhadap kapasitas usaha, terlihat dari meningkatnya pemahaman pemilik tentang digital marketing, semakin transparannya arus kas dan laporan laba rugi, serta bertambahnya kepercayaan diri untuk mengembangkan bisnis ke tahap selanjutnya.

Selain itu, pendampingan juga mendorong pemilik untuk mulai memahami pentingnya penyusunan standar operasional prosedur (SOP) dalam proses produksi agar hasil yang diperoleh tetap konsisten baik dari segi rasa maupun kualitas kemasan. Pemilik menyadari bahwa proses produksi yang teratur akan mempermudah perencanaan kebutuhan bahan baku, mengurangi risiko keterlambatan pesanan, dan memastikan produk sesuai standar kualitas yang diharapkan konsumen.

Penerapan sistem kerja yang lebih terstruktur ini juga membantu pemilik dalam mengidentifikasi titik kelemahan di bagian produksi, seperti potensi pemborosan bahan atau keterbatasan alat, sehingga solusi pengembangan usaha dapat direncanakan dengan lebih matang. Perubahan pola pikir inilah yang menjadi dasar penguatan operasional UMKM, karena pemilik tidak lagi berfokus hanya pada penjualan, tetapi juga pada manajemen proses internal sebagai fondasi keberlanjutan usaha dalam jangka panjang.



**Gambar 3.** Kemasan produk Tahu Bakso UMKM Takso siap dipasarkan

### **SIMPULAN**

Kegiatan pendampingan pada UMKM Takso By Freyfood memberikan dampak positif yang cukup luas, terutama dalam aspek pemasaran, keuangan, dan operasional usaha. Melalui rangkaian observasi, pelatihan, dan praktik langsung, pemilik UMKM memperoleh pemahaman baru mengenai pentingnya pencatatan keuangan digital yang lebih akurat dan terstruktur. Dengan menggunakan aplikasi sederhana, pemilik dapat memantau arus kas, mencatat transaksi harian, serta menyusun laporan pendapatan secara lebih mudah. Pada aspek pemasaran, pendampingan membantu meningkatkan kemampuan pemilik dalam membuat konten promosi yang kreatif dan sesuai kebutuhan pasar.

Pemilik UMKM juga mulai memahami strategi branding, konsistensi unggahan, serta penggunaan platform seperti Instagram, TikTok, dan WhatsApp Business untuk menjangkau pelanggan lebih luas. Selain itu, dari sisi operasional, adanya pengenalan terhadap sistem kerja yang lebih tertata membuat proses produksi, penyimpanan bahan, hingga pelayanan pelanggan menjadi lebih efisien. Dampak-dampak tersebut secara keseluruhan membuka peluang pertumbuhan usaha yang lebih besar dan memberikan fondasi yang lebih kuat untuk pengembangan UMKM di masa depan.

Meskipun hasil pendampingan menunjukkan perkembangan yang berarti, kegiatan ini masih memiliki beberapa keterbatasan yang perlu diperhatikan. Salah satu kendala utama adalah durasi pendampingan yang relatif singkat, sehingga pemilik UMKM belum sepenuhnya dapat memperdalam seluruh materi, terutama yang berkaitan dengan analisis keuangan lanjutan dan strategi pemasaran digital berbasis data. Selain itu, keterbatasan alat dan kapasitas produksi juga menjadi hambatan yang tidak dapat diselesaikan dalam waktu tersebut, sehingga peningkatan efisiensi produksi masih terhalang oleh peralatan yang sudah lama atau kurang memadai.

Untuk itu, program pengabdian berikutnya dapat difokuskan pada modernisasi peralatan produksi, pelatihan lanjutan dalam penggunaan aplikasi keuangan dan manajemen keuangan jangka panjang, serta pendampingan pemasaran digital yang lebih intensif dan berkelanjutan. Dukungan tambahan berupa pelatihan fotografi produk, pengelolaan iklan berbayar, serta perencanaan ekspansi pasar juga bisa menjadi prioritas agar UMKM Takso By Freyfood mampu meningkatkan kapasitas dan daya saing usaha secara berkelanjutan.

### **UCAPAN TERIMA KASIH**

Peneliti mengucapkan terima kasih kepada Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Islam Dr. Khez Muttaqien yang telah memberikan dukungan dan fasilitas selama pelaksanaan kegiatan pengabdian kepada masyarakat ini. Ucapan terima kasih juga disampaikan kepada pemilik UMKM Takso By Freyfood yang telah bersedia bekerja sama dan berpartisipasi aktif dalam seluruh rangkaian kegiatan, sehingga program dapat terlaksana dengan baik. Selain itu, peneliti menyampaikan apresiasi kepada seluruh pihak yang telah memberikan kontribusi, baik secara langsung maupun tidak langsung, dalam penyusunan dan penyelesaian artikel ini.

## REFERENSI

- Agustina, R., & Pratiwi, D. (2021). Pelatihan pemasaran digital untuk meningkatkan daya saing UMKM. *Jurnal Pengabdian Masyarakat*, 112-120.
- Armstrong, M. (2020). *Armstrong's Handbook of Human Resources Management Practice, 15th Edition*. London.
- Fitriani, S. (2020). Transformasi digital pada UMKM: Tantangan dan peluang di era industri 4.0. *Jurnal Manajemen dan Bisnis*, 45-53.
- Grayson, R. (2023). *Foundation in digital marketing . Building meaningful customer relationships and engaged audiences*. Victoria, B.C.
- Kotler, P., Keller, L. &, & Chernev, A. (2022). *Marketing Management. In Person*. London: Pearson.
- Lestari, M. (2019). Penerapan pencatatan keuangan sederhana bagi UMKM. *Jurnal Pengabdian Kewirausahaan*, 77-85.
- Nugroho, A., & Rahayu, F. (2022). Optimalisasi penggunaan media sosial untuk meningkatkan brand awareness UMKM. *Jurnal Komunikasi Digital*, 150-160.
- Rahmawati, D. (2021). Pencatatan keuangan berbasis digital untuk UMKM di era modern. *Jurnal Ekonomi dan Bisnis*, 132-141.