

Penguatan Digital Marketing, Produk Frozen, Dan Pencatatan Operasional UMKM Siomay Bandung Endol

Eriaformitha Siti Zainab¹, Ni'mah Tuhikmah², Rohmah³, Mega Sukmawati^{4*}

^{1,2,3,4}Fakultas Ekonomi Bisnis, Universitas Dr KHEZ Muttaqien, 41111, Indonesia

E-mail: Mega.sukmawati@gmail.com

 <https://doi.org/10.31004/jerkin.v4i3.5022>

ARTICLE INFO

Article history

Received: 23 Dec 2025

Revised: 28 Dec 2025

Accepted: 15 Jan 2026

Kata Kunci:

Digital Marketing,
Produk Frozen, UMKM,
Siomay

Keywords:

Digital Marketing,
Frozen Products,
MSMEs, Siomay



ABSTRACT

Program pengabdian ini bertujuan untuk memperkuat kapasitas usaha UMKM Siomay Bandung Endol melalui tiga kegiatan utama, yaitu penguatan digital marketing, pengembangan produk siomay frozen, dan penataan pencatatan operasional harian. Ketiga fokus tersebut dipilih berdasarkan temuan awal bahwa UMKM masih memasarkan produk secara sederhana, belum memiliki variasi produk yang tahan lama, serta belum melakukan pencatatan operasional secara teratur. Kegiatan pengabdian dilakukan menggunakan pendekatan kualitatif partisipatif melalui observasi langsung, wawancara, pendampingan, serta praktik bersama pemilik usaha. Pada aspek digital marketing, pendampingan difokuskan pada pembuatan konten foto dan video untuk TikTok sehingga jangkauan promosi meningkat dan interaksi konsumen bertambah. Pada aspek pengembangan produk, dilakukan uji coba pembuatan siomay frozen dan penyusunan desain kemasan sederhana agar produk lebih tahan lama dan memiliki daya tarik lebih tinggi. Sementara itu, penataan pencatatan operasional membantu pemilik usaha mencatat aktivitas produksi, penggunaan bahan baku, serta hasil penjualan secara terstruktur setiap hari. Hasil program menunjukkan adanya peningkatan pemahaman pemilik dalam memanfaatkan media digital, kemampuan memproduksi varian frozen, serta konsistensi dalam mencatat kegiatan operasional usaha. Secara keseluruhan, kegiatan ini berkontribusi positif terhadap kesiapan UMKM dalam mengembangkan usaha secara lebih tertata dan adaptif.

This community service program aimed to strengthen the development of Siomay Bandung Endol through three main activities: enhancing digital marketing practices, developing frozen siomay as a new product variant, and organizing daily operational recording. These focuses were selected based on the initial findings that the MSME relied on simple offline promotion, did not yet offer long-lasting product variations, and had not conducted structured daily operational documentation. The program was carried out using a participatory qualitative approach, which involved direct observation, semi-structured interviews, mentoring sessions, and hands-on practice with the business owner. In the digital marketing component, the assistance focused on producing promotional photos and videos for TikTok, which resulted in increased product visibility and greater audience engagement. In the product development component, frozen siomay was tested and introduced along with simple packaging improvements to extend product shelf life and strengthen its market appeal. Meanwhile, the organization of daily operational recording enabled the owner to consistently document production activities, ingredient usage, and daily sales outcomes. The results indicated that the owner became more capable of utilizing digital platforms, producing a frozen product variant, and maintaining regular operational documentation. Overall, the program contributed to improving



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

How to Cite: Eriaformitha Siti Zainab et al (2026). Penguatan Digital Marketing, Produk Frozen, Dan Pencatatan Operasional UMKM Siomay Bandung Endol. <https://doi.org/10.31004/jerkin.v4i3.5022>

PENDAHULUAN

UMKM merupakan salah satu sektor yang berperan besar dalam pertumbuhan ekonomi nasional karena menyerap tenaga kerja dan menyediakan kebutuhan masyarakat secara langsung. Namun, perkembangan teknologi dan perubahan perilaku konsumen menuntut pelaku UMKM untuk mampu beradaptasi, terutama dalam pemanfaatan digital marketing. Penelitian terbaru menunjukkan bahwa lebih dari 60% UMKM mengalami peningkatan penjualan setelah memanfaatkan media sosial secara konsisten (Sari & Pratama, 2021, p.14). Kondisi ini menegaskan bahwa pemasaran digital bukan lagi pilihan, tetapi kebutuhan mendesak bagi UMKM agar tetap kompetitif di tengah persaingan. UMKM Siomay Bandung Endol menghadapi kendala serupa karena sebelumnya hanya mengandalkan promosi sederhana dan belum memanfaatkan platform digital seperti TikTok untuk memperluas jangkauan pemasaran.

Selain hambatan pemasaran, inovasi produk menjadi faktor penting dalam menjaga keberlanjutan usaha. Konsumen saat ini semakin menyukai makanan praktis dan tahan lama, yang menyebabkan permintaan terhadap produk frozen meningkat dari tahun ke tahun. Penelitian oleh Wijayanti (2020, p.22) menunjukkan bahwa produk frozen mampu meningkatkan daya simpan sekaligus membuka peluang pemasaran pada area yang lebih luas. UMKM Siomay Bandung Endol belum memiliki varian frozen sehingga pendampingan pada pengembangan produk menjadi kebutuhan yang relevan untuk menjawab perubahan preferensi konsumen.

Aspek operasional juga menjadi perhatian penting bagi UMKM. Pencatatan yang dilakukan secara tidak konsisten dapat menyebabkan ketidakteraturan dalam penggunaan bahan, produksi, maupun penjualan. Ramadhan (2019, p.10) menemukan bahwa UMKM yang memiliki pencatatan operasional harian yang tertata cenderung lebih stabil dalam menjaga kualitas produksi dan pengendalian aktivitas harian. Pada UMKM Siomay Bandung Endol, pencatatan sebelumnya masih dilakukan secara sederhana sehingga diperlukan pendampingan untuk menyusun format pencatatan yang lebih rapi dan mudah digunakan.

Berdasarkan kondisi tersebut, permasalahan utama dalam penelitian ini meliputi keterbatasan pemahaman pemilik dalam menerapkan digital marketing, belum adanya inovasi produk frozen, serta belum tertatanya pencatatan operasional harian. Tujuan kegiatan ini adalah memberikan pendampingan dalam penguatan digital marketing, pengembangan produk siomay frozen, dan penataan pencatatan operasional UMKM. Penelitian ini diharapkan memberikan manfaat dalam meningkatkan kemampuan UMKM dalam mempromosikan produk, menciptakan diversifikasi produk yang memiliki nilai tambah, serta membangun kebiasaan pencatatan operasional yang lebih konsisten dan terstruktur.

METODE

Penelitian ini menggunakan pendekatan kualitatif deskriptif karena pendekatan ini memungkinkan peneliti memahami kondisi UMKM secara mendalam melalui proses pendampingan langsung. Fokus penelitian diarahkan pada penguatan digital marketing, pengembangan produk frozen, dan penataan pencatatan operasional pada UMKM Siomay Bandung Endol.

Penelitian dilaksanakan pada bulan September hingga November 2025 dan berlokasi di tempat usaha UMKM Siomay Bandung Endol di Purwakarta, Jawa Barat. Seluruh kegiatan pengumpulan data dilakukan di lingkungan operasional usaha tersebut.

Subjek penelitian adalah pemilik UMKM Siomay Bandung Endol sebagai pelaku utama yang terlibat dalam seluruh proses produksi, promosi, dan kegiatan operasional harian. Pemilihan subjek dilakukan menggunakan teknik purposive sampling, yakni pemilihan berdasarkan relevansi subjek terhadap fokus penelitian.

Prosedur penelitian dimulai dari kegiatan identifikasi kebutuhan melalui observasi awal untuk melihat kondisi pemasaran digital, proses produksi, dan pencatatan operasional. Tahap berikutnya berupa penyusunan rencana pendampingan yang disesuaikan dengan kebutuhan UMKM. Proses pendampingan dilakukan melalui praktik langsung seperti pembuatan konten digital, uji coba pembuatan siomay frozen, serta penyusunan format pencatatan operasional harian yang mudah digunakan. Seluruh rangkaian kegiatan kemudian dievaluasi untuk melihat perubahan dan perkembangan setelah proses pendampingan.

Data penelitian terdiri atas data primer berupa hasil observasi, wawancara, dan interaksi langsung dengan pemilik usaha, serta data dokumentasi yang meliputi foto kegiatan, catatan lapangan, dan dokumen operasional usaha. Instrumen yang digunakan mencakup pedoman observasi, pedoman wawancara, lembar dokumentasi, dan catatan lapangan.

Teknik pengumpulan data dilakukan melalui observasi langsung pada aktivitas produksi dan promosi, wawancara semi-terstruktur dengan pemilik UMKM, serta pengumpulan dokumentasi terkait proses pendampingan. Teknik ini dipilih agar data yang diperoleh bersifat natural dan menggambarkan kondisi aktual di lapangan.

Analisis data dilakukan menggunakan model Miles dan Huberman yang meliputi reduksi data, penyajian data, dan penarikan kesimpulan. Proses analisis dilakukan secara berkelanjutan sejak data dikumpulkan hingga diperoleh pemaknaan akhir terkait perkembangan UMKM setelah mengikuti kegiatan pendampingan.



HASIL DAN PEMBAHASAN

Tahap Perizinan dan Identifikasi Awal

Tahap perizinan dan identifikasi awal merupakan langkah pertama yang dilakukan sebelum memasuki kegiatan pendampingan secara teknis. Pada tahap ini, kelompok berkoordinasi dengan pemilik UMKM untuk memperoleh izin pelaksanaan serta menjelaskan maksud dan tujuan dari kegiatan KPB-PKL. Proses perkenalan dilanjutkan dengan wawancara ringan untuk menggali informasi terkait profil usaha, produk yang ditawarkan, jangkauan pemasaran, serta kendala yang dihadapi dalam operasional harian. Berdasarkan hasil wawancara, UMKM Siomay Bandung Endol memiliki potensi produk yang baik dari segi cita rasa dan variasi menu. Namun, pemilik masih menghadapi beberapa permasalahan utama seperti terbatasnya pemanfaatan digital marketing, belum adanya inovasi produk yang dapat meningkatkan nilai jual, serta pencatatan operasional yang masih dilakukan secara sederhana dan tidak terdokumentasi dengan baik. Dari informasi tersebut, kelompok kemudian melakukan proses reduksi data untuk menentukan fokus utama pendampingan, yaitu peningkatan digital marketing,

pengembangan produk siomay frozen, dan penataan pencatatan operasional UMKM. Tahap ini sangat penting karena menjadi landasan penyusunan program kerja serta menentukan arah pendampingan yang sesuai dengan kebutuhan mitra.



Observasi Produksi dan Operasional

Tahap observasi produksi dilakukan untuk memperoleh gambaran lebih mendalam mengenai alur kerja UMKM, khususnya terkait proses pembuatan siomay dan batagor. Observasi mencakup beberapa aspek, seperti alur pengolahan bahan baku, teknik produksi, penggunaan peralatan, sanitasi, serta pembagian tugas dalam operasional harian. Dari hasil observasi, proses produksi berjalan cukup baik dan konsisten, namun belum didukung oleh pencatatan stok bahan baku maupun hasil produksi yang sistematis. Pemilik hanya mengandalkan ingatan sehingga sering terjadi ketidakpastian dalam menentukan jumlah bahan yang harus dibeli serta jumlah produk yang dihasilkan setiap hari. Dokumentasi visual dan catatan lapangan menunjukkan bahwa UMKM membutuhkan format pencatatan yang sederhana namun efektif untuk membantu mengontrol penggunaan bahan. Observasi ini menjadi bagian dari penyajian data yang memberikan gambaran nyata mengenai kondisi operasional UMKM dan menjadi dasar bagi kelompok untuk menyusun format pencatatan stok yang lebih terstruktur dan mudah digunakan.





Penguatan Digital Marketing

Digital marketing sebelumnya UMKM hanya yang memadai. Pada tahap “Bandung Endol” sebagai sarana untuk memperluas jangkauan pemasaran. TikTok dipilih karena memiliki basis pengguna yang luas dan algoritma yang mendukung pertumbuhan konten secara cepat, terutama untuk usaha kuliner. Kelompok juga mengambil foto dan video produk yang menampilkan keunggulan dan daya tarik siomay serta batagor. Konten ini digunakan sebagai bahan promosi untuk meningkatkan visibilitas UMKM di platform digital. Berdasarkan hasil pendampingan, UMKM memperoleh kanal pemasaran baru yang memungkinkan mereka menjangkau konsumen yang lebih luas, termasuk konsumen di luar lingkungan sekitar usaha. Tahap ini menunjukkan bahwa pemanfaatan media sosial dapat menjadi strategi efektif untuk memperkuat promosi UMKM dan meningkatkan peluang penjualan.



Pendampingan Pencatatan Keuangan

Pencatatan keuangan merupakan salah satu aspek penting dalam keberlanjutan usaha, namun UMKM Siomay Bandung Endol masih mencatat transaksi secara manual dan mencampurkan keuangan pribadi dengan keuangan usaha. Kondisi ini membuat pemilik sulit menilai kesehatan usaha secara akurat, termasuk jumlah keuntungan dan biaya operasional yang sesungguhnya. Dalam tahap pendampingan ini, kelompok menyusun format laporan keuangan sederhana berbasis Excel berupa pencatatan kas masuk–keluar serta laporan laba rugi bulanan. Pemilik diberikan pelatihan tentang cara mencatat transaksi secara benar, bagaimana memisahkan keuangan pribadi dari keuangan usaha, serta bagaimana membaca laporan keuangan untuk mengetahui perkembangan usaha. Pendampingan ini membantu meningkatkan pemahaman pemilik mengenai pentingnya pencatatan yang rapi dan terstruktur dalam pengambilan keputusan. Dengan pencatatan yang baik, UMKM dapat memonitor arus kas secara lebih akurat, mengidentifikasi pengeluaran yang tidak perlu, serta merencanakan strategi pengembangan usaha yang lebih efektif.



Pengelolaan Stok Bahan Baku dan Produk Jadi

Pengelolaan stok bahan baku dan produk jadi merupakan bagian penting dalam operasional UMKM yang berjalan setiap hari. Selama ini, pemilik belum memiliki sistem pencatatan stok yang memadai sehingga sering kesulitan menentukan jumlah bahan baku yang harus dibeli. Untuk menjawab permasalahan tersebut, kelompok menyusun format pencatatan stok harian berbasis Excel yang mencakup data masuk dan keluar bahan baku serta jumlah produk jadi yang dihasilkan setiap hari. Format tersebut dirancang secara sederhana namun lengkap agar mudah digunakan oleh pemilik UMKM. Pendampingan juga mencakup pelatihan penggunaan format tersebut beserta penjelasan mengenai pentingnya pencatatan stok dalam menjaga efisiensi produksi dan kualitas produk. Dengan adanya sistem pencatatan stok yang lebih teratur, UMKM dapat mengurangi risiko pemborosan, menjaga konsistensi produk, serta meningkatkan efektivitas perencanaan pembelian bahan.



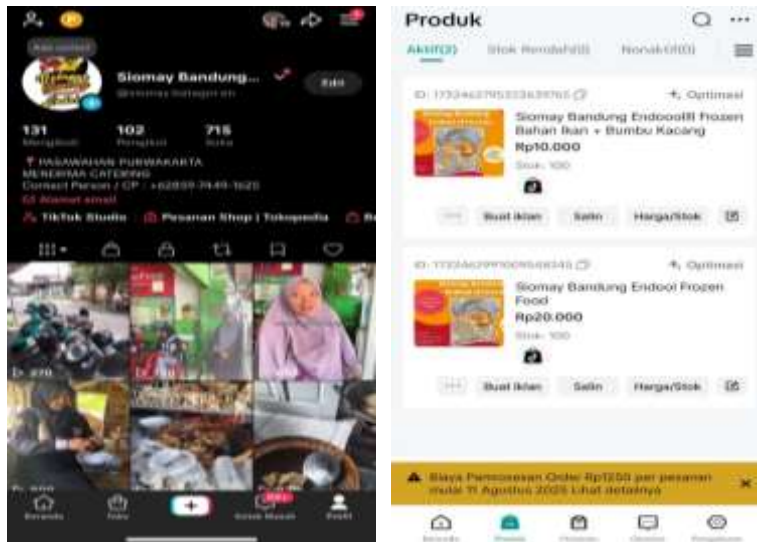
Inovasi Produk “Siomay Frozen”

Inovasi produk dilakukan sebagai upaya untuk menjawab perubahan preferensi konsumen yang kini lebih menyukai makanan praktis dan tahan lama. Melalui pendampingan ini, kelompok membantu UMKM mengembangkan prototype produk siomay frozen yang dikemas dengan lebih menarik. Proses inovasi meliputi pembuatan resep siomay frozen, uji coba penyimpanan untuk mengetahui daya tahan produk, serta pembuatan desain label dan kemasan menggunakan Canva. Produk siomay frozen ini memiliki potensi besar untuk memperluas pangsa pasar karena dapat dipasarkan secara online maupun dikirim ke luar kota. Selain itu, inovasi frozen memberikan nilai tambah bagi produk UMKM karena dapat dijual dengan harga lebih tinggi dibandingkan siomay siap saji. Tahap pendampingan ini menunjukkan bahwa UMKM memiliki peluang besar untuk memperkuat daya saing melalui inovasi produk yang relevan dengan kebutuhan konsumen modern.



Pembuatan dan Unggahan Konten TikTok

Konten promosi pada TikTok dibuat untuk meningkatkan engagement dan memperkenalkan produk UMKM kepada audiens yang lebih luas. Kelompok membuat beberapa video yang menampilkan proses pembuatan siomay dan batagor, review produk, serta konten kreatif yang sesuai dengan tren media sosial. Proses ini dilengkapi dengan pelatihan editing video sederhana menggunakan aplikasi yang mudah digunakan oleh pemilik UMKM. Unggahan konten ini menghasilkan peningkatan interaksi di akun TikTok UMKM, yang menunjukkan bahwa media sosial memiliki peran penting dalam upaya promosi. Dengan memahami cara membuat dan mengunggah konten, pemilik UMKM diharapkan dapat terus memproduksi konten secara mandiri di masa mendatang sehingga pemasaran digital dapat berjalan secara berkelanjutan.



Penutupan Kegiatan dan Serah Terima

Tahap terakhir dari kegiatan pendampingan adalah penutupan dan serah terima berbagai hasil kerja kepada UMKM. Pada tahap ini, kelompok menyerahkan spanduk promosi, stiker label produk, modul pencatatan keuangan, serta dokumentasi kegiatan selama pendampingan berlangsung. Penutupan juga dilakukan dengan sesi foto bersama sebagai bentuk apresiasi atas kerja sama yang terjalin baik antara kelompok dan pemilik UMKM. Seluruh hasil pendampingan kemudian disiapkan dalam bentuk laporan untuk diserahkan kepada pihak kampus sebagai bentuk pertanggungjawaban akademik. Tahap ini memastikan bahwa seluruh materi pendampingan dapat dimanfaatkan oleh UMKM secara berkelanjutan dan memberikan dampak positif bagi pengembangan usaha.



SIMPULAN

Kegiatan pendampingan pada UMKM Siomay Bandung Endol memberikan dampak positif terhadap peningkatan kapasitas usaha pada tiga aspek utama, yaitu digital marketing, inovasi produk, dan penguatan operasional. Hasil identifikasi awal menunjukkan bahwa UMKM memiliki potensi produk yang kuat, namun menghadapi kendala dalam promosi digital, pencatatan operasional, dan pengembangan produk bernilai tambah. Pendampingan yang dilakukan secara bertahap melalui observasi produksi, pelatihan, serta penyusunan format pencatatan berhasil meningkatkan pemahaman pemilik mengenai pentingnya pengelolaan usaha yang sistematis.

Penguatan digital marketing melalui pembuatan akun TikTok dan konten promosi berhasil membuka kanal pemasaran baru sehingga meningkatkan visibilitas usaha. Inovasi produk berupa pengembangan siomay frozen memberikan peluang diversifikasi serta memperluas pangsa pasar, terutama pada konsumen yang membutuhkan produk praktis dan tahan lama. Di sisi lain, pendampingan pencatatan keuangan dan pengelolaan stok menghasilkan sistem yang lebih terstruktur dan mudah digunakan, sehingga mendukung efisiensi produksi dan akurasi pemantauan arus kas. Secara keseluruhan, pendampingan ini menunjukkan bahwa pendekatan berbasis identifikasi kebutuhan, pelatihan, serta penyediaan alat bantu operasional mampu meningkatkan kemampuan UMKM dalam mengelola usaha secara lebih profesional. Perubahan yang terjadi tidak hanya terlihat pada praktik operasional, tetapi juga pada meningkatnya kesiapan UMKM untuk beradaptasi dengan tren pemasaran dan preferensi konsumen. Kegiatan ini membuktikan bahwa intervensi sederhana namun terarah dapat memberikan dampak signifikan terhadap pengembangan UMKM dan keberlanjutan usaha.

UCAPAN TERIMA KASIH

Peneliti menyampaikan ucapan terima kasih kepada berbagai pihak yang telah berkontribusi dalam pelaksanaan penelitian dan penyusunan artikel ini. Penghargaan yang sebesar-besarnya diberikan kepada UMKM Siomay Batagor Bandung Endol selaku mitra penelitian yang telah memberikan kesempatan, informasi, serta dukungan selama proses pengumpulan data berlangsung. Peneliti juga mengucapkan terima kasih kepada pembimbing dan dosen yang telah memberikan arahan, masukan, serta bimbingan akademik sehingga penelitian ini dapat terselesaikan dengan baik. Tidak lupa, apresiasi disampaikan kepada seluruh responden, pihak pendamping, dan rekan-rekan yang turut membantu dalam proses pelaksanaan program serta penyelesaian penulisan artikel ini. Semoga segala kontribusi yang telah diberikan menjadi bagian penting dalam keberhasilan penelitian ini dan memberikan manfaat bagi pengembangan UMKM di masa yang akan datang.

REFERENSI

- Kotler, P., & Armstrong, G. (2018). *Principles of Marketing* (17th ed.). Pearson. (Buku dasar untuk konsep pemasaran & digital marketing.)
- Tjiptono, F. (2020). *Strategi Pemasaran*. Andi Offset. (Digunakan untuk landasan strategi pemasaran UMKM.)
- Chaffey, D., & Ellis-Chadwick, F. (2019). *Digital Marketing: Strategy, Implementation and Practice* (7th ed.). Pearson. (Sumber teori digital marketing, konten, engagement.)
- Ryan, D. (2017). *Understanding Digital Marketing*. Kogan Page. (Digunakan sebagai referensi pembuatan konten dan strategi media sosial.)
- Purwana, D., Rahmi, R., & Aditya, S. (2017). Pemanfaatan digital marketing bagi UMKM. *Jurnal Pemasaran Kompetitif*, 1(2), 1–12. (Sumber ilmiah nasional terkait UMKM dan digital marketing.)
- Sutanto, J., & Aprilianto, M. (2021). Pengaruh konten media sosial terhadap peningkatan penjualan UMKM. *Jurnal Ekonomi dan Bisnis*, 18(1), 55–66. (Digunakan untuk landasan dampak konten media sosial.)
- Wibowo, A. (2020). Teknik pengolahan dan pengemasan produk frozen food. *Jurnal Teknologi Pangan*, 9(2), 134–142. (Dasar teori produk frozen & pengemasan vacuum.)
- Ningsih, L., & Pratiwi, S. (2021). Standarisasi mutu dan keamanan produk makanan UMKM. *Jurnal*

- Agroindustri*, 12(3), 112–120. (Digunakan untuk bagian standarisasi produk.)
- Kasmir. (2016). *Analisis Laporan Keuangan*. Rajawali Pers. (Sumber konsep pencatatan keuangan & laporan laba-rugi.)
- Hery. (2019). *Akuntansi UMKM: Dasar-Dasar Penyusunan Laporan Keuangan*. Grasindo. (Dasar teori pencatatan operasional sederhana UMKM.)
- Sari, N. P., & Andayani, D. (2022). Implementasi aplikasi pencatatan keuangan digital pada UMKM. *Jurnal Manajemen dan Teknologi*, 10(1), 33–41. (Sumber digitalisasi pencatatan operasional.)