


Peningkatan Daya Saing Telur Gabus Almetta Jambi Melalui Inovasi Kemasan, Digital Marketing, dan Keuangan

Liona Efrina^{1*}, Evrina², Ikke Yamalia³, Eka Maryatni⁴, Fery Purnama⁵, Azwani Aulia⁶, Bella Hartati⁷

^{1,6}Program Studi Akuntansi, ^{2,7}Program Studi Manajemen, ³Program Studi Sistem Informasi, ⁴Program Studi Teknologi Informasi, Universitas Adiwangsa Jambi, Jl. Sersan Muslim RT.24, Kec. Jambi Selatan, Kota Jambi
⁵Program Studi Teknik Informatika, Universitas Nurdin Hamzah, Jl. Kolonel Abunjani, Sipin, Kota Jambi, Jambi
E-mail: lionaefrinaunaja2021@gmail.com

* Corresponding Author

 <https://doi.org/10.31004/jerkin.v4i3.5121>

ARTICLE INFO

Article history

Received: 25 Dec 2025

Revised: 08 Jan 2026

Accepted: 21 Jan 2026

Kata Kunci:

Pemberdayaan UMK,
Desain Kemasan,
Literasi Keuangan,
Teknologi Produksi, E-
Commerce Digital

Keywords:

MSME Empowerment,
Packaging Design,
Financial Literacy,
Production Technology,
Digital E-Commerce

ABSTRACT

UMK Telur Gabus Almetta adalah industri rumah tangga yang berdiri sejak 2011 di Kota Jambi, milik Ibu Dewi Safrida, dengan 11 karyawan pada bidang produksi, pengemasan, dan pemasaran. Produk yang dihasilkan meliputi telur gabus, aneka keripik, dan rempeyek yang telah dipasarkan di toko lokal, namun belum masuk ritel modern karena keterbatasan kemasan dan pencatatan keuangan. Survei awal mengidentifikasi tiga masalah utama, yaitu pemasaran konvensional, rendahnya literasi dan pencatatan keuangan berbasis teknologi, serta keterbatasan peralatan produksi. Kegiatan PKM ini bertujuan meningkatkan daya saing UMK melalui penguatan pemasaran digital, manajemen keuangan, dan modernisasi peralatan produksi. Program dilaksanakan selama delapan bulan secara partisipatif oleh dosen dan mahasiswa Universitas Adiwangsa Jambi melalui pelatihan pemasaran digital dan e-commerce, pendampingan aplikasi keuangan digital, pengembangan toko daring, serta penyediaan peralatan produksi. Luaran kegiatan meliputi redesain kemasan sesuai standar ritel modern, penerapan aplikasi SIAPik, penyusunan laporan keuangan sederhana, serta aktivasi media sosial dan toko daring. Hasilnya, mitra telah menerapkan pencatatan keuangan digital, pemasaran daring mulai berkembang, serta efisiensi dan kualitas produksi meningkat, sehingga UMK menjadi lebih modern, efisien, dan adaptif terhadap ekonomi digital serta mendukung pencapaian SDGs, IKU, dan visi Universitas Adiwangsa Jambi.

Almetta Egg Strips Micro, Small and Medium Enterprises (UMK) is a home industry established in 2011 in Jambi City, owned by Mrs. Dewi Safrida, with 11 employees in production, packaging, and marketing. The products produced include egg strips, various chips, and rempeyek, which have been marketed in local stores, but have not yet entered modern retail due to limited packaging and financial records. An initial survey identified three main problems: conventional marketing, low literacy and technology-based financial records, and limited production equipment. This PKM activity aims to increase the competitiveness of MSEs by strengthening digital marketing, financial management, and modernizing production equipment. The program was implemented for eight months in a participatory manner by lecturers and students of Adiwangsa University Jambi through digital marketing and e-commerce training, digital financial application assistance, online store development, and the provision of production equipment. Activity outputs included redesigning packaging according to modern retail standards, implementing the SIAPik application, preparing simple financial reports, and activating social media and online stores. As a result, partners have implemented digital financial recording, online marketing has begun to develop, and production efficiency and quality have increased, so that MSEs have become more modern, efficient, and adaptive to the digital economy and support the achievement of SDGs, KPIs, and the vision of Adiwangsa University Jambi.



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



How to Cite: Liona Efrina, et al (2026). Peningkatan Daya Saing Telur Gabus Almetta Jambi Melalui Inovasi Kemasan, Digital Marketing, dan Keuangan, 4(3) 18163-18176. <https://doi.org/10.31004/jerkin.v4i3.5121>

PENDAHULUAN

Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah (UMKM) memegang peran strategis dalam perekonomian Indonesia karena tidak hanya menyerap tenaga kerja dalam jumlah besar, tetapi juga berkontribusi signifikan terhadap pembentukan Produk Domestik Bruto (PDB) dan pemerataan kesejahteraan masyarakat. Data Badan Pusat Statistik menunjukkan bahwa UMKM menyumbang lebih dari 60% PDB nasional dan menyerap mayoritas tenaga kerja di berbagai sektor (Badan Pusat Statistik, 2018). Namun, di tengah perubahan pola konsumsi dan digitalisasi ekonomi, kontribusi besar tersebut menghadapi tantangan berupa rendahnya pemanfaatan teknologi informasi, lemahnya pencatatan keuangan, serta terbatasnya inovasi produk dan strategi pemasaran yang modern.

Pemanfaatan teknologi informasi berperan penting dalam mentransformasi praktik manajemen UMKM menuju tata kelola yang lebih adaptif dan berbasis data. (Irawan et al., 2023) menunjukkan bahwa integrasi teknologi informasi mendorong perubahan fungsi akuntansi manajemen dan struktur organisasi sehingga lebih responsif terhadap dinamika pasar. Pergeseran dari pembukuan manual menuju akuntansi digital juga menjadi bagian dari agenda revolusi industri 4.0 dan society 5.0, dimana informasi keuangan harus tersedia secara cepat, akurat, dan dapat diakses kapan saja (Wati & Efrina, 2023). Penguatan sistem informasi berbasis web turut mendukung peningkatan mutu pengolahan data dan kualitas pengambilan keputusan manajerial, sebagaimana ditunjukkan oleh pemanfaatan sistem informasi nilai siswa berbasis website yang mampu meningkatkan efisiensi proses administrasi dan pelaporan (Yamalia & Siagian, 2019).

Berbagai studi pengabdian menunjukkan bahwa kelemahan utama UMKM sering kali terletak pada aspek pencatatan keuangan dan literasi keuangan digital. Pelatihan penggunaan aplikasi SI APIK, misalnya, terbukti meningkatkan kemampuan pelaku UMKM dalam menyusun laporan keuangan dan membaca kinerja usaha secara lebih sistematis (Nurfadilah et al., 2022; Zhafirah et al., 2024). Implementasi SI APIK pada berbagai konteks UMKM juga membantu mitra beralih dari pencatatan manual ke sistem yang lebih terstruktur dan terdokumentasi dengan baik (Setyawati et al., 2025). Di sisi lain, pembelajaran sistem informasi akuntansi melalui komunitas daring dan platform pembelajaran akuntansi mempercepat adopsi sistem informasi akuntansi di kalangan pelaku usaha (Mauliyah et al., 2024). Penguatan literasi dan praktik keuangan ini diperkokoh melalui pendampingan penyusunan arus kas dan profil usaha, yang terbukti meningkatkan kesiapan UMKM dalam mengakses pembiayaan dan menjalin kerja sama dengan pihak eksternal (Solikhin et al., 2023).

Pada aspek produk, inovasi kemasan dan modernisasi peralatan produksi menjadi faktor kunci peningkatan daya saing UMKM pangan. (Sulastris et al., 2021) melaporkan bahwa penerapan kemasan modern berbahan food-grade dengan desain visual yang lebih menarik mampu meningkatkan nilai jual dan memperluas segmentasi pasar bagi pangan tradisional. Sejalan dengan itu, pemanfaatan peralatan produksi modern seperti *continuous band sealer* terbukti meningkatkan efisiensi proses pengemasan sekaligus mutu dan daya tahan kemasan produk, sehingga mendukung konsistensi kualitas dan profesionalitas tampilan produk UMKM (Ilhami et al., 2024). Temuan-temuan tersebut relevan bagi UMKM berbasis pangan yang selama ini masih mengandalkan peralatan sederhana dan kemasan plastik konvensional.

Di sisi pemasaran, pergeseran perilaku konsumen menuju belanja digital menuntut UMKM untuk mengoptimalkan pemanfaatan media sosial dan platform *e-commerce*. (Prasetyo dan Wulandari, 2023) menunjukkan bahwa penggunaan *e-commerce* dan media sosial mampu meningkatkan *brand awareness* dan volume penjualan UMKM secara signifikan. (Wahid, 2024) menegaskan bahwa strategi pemasaran digital yang terencana, termasuk pengelolaan konten dan interaksi dengan konsumen, menjadi kunci keberhasilan UMKM pascapandemi. Khairani et al. (2025) menambahkan bahwa media sosial berfungsi sebagai kanal efektif untuk memperluas jangkauan pasar dan membangun kedekatan dengan pelanggan. Pemanfaatan *influencer* lokal dengan tingkat autentisitas tinggi juga diyakini dapat memperkuat kepercayaan konsumen dan mendorong keputusan pembelian (Mardani et al., 2024), sementara kepuasan pelanggan terhadap pengalaman belanja daring berpengaruh terhadap keberlanjutan hubungan jangka panjang antara UMKM dan konsumennya (Martyani & Yamalia, 2025).



Usulan PKM : Peningkatan Daya Saing Produk Telur Gabus Almetta Tahun 2025

Sumber : <https://www.youtube.com/watch?v=GJqOoyt4ACI>

Gambar 1. Rangkuman Analisis Situasi Mitra dalam Bentuk Video di Youtube.

Dalam konteks tersebut, UMK Telur Gabus Almetta di Kota Jambi merupakan salah satu pelaku usaha pangan yang berpotensi untuk ditingkatkan daya saingnya. Berdasarkan rangkuman analisis situasi pada Gambar 1, UMK Telur Gabus Almetta merupakan usaha rumahan yang berlokasi di Komplek Mutiara Mayang dan menjadi sasaran program Pemberdayaan Kemitraan Masyarakat (PKM) ini. Saat ini UMK mempekerjakan 11 karyawan dengan pembagian tugas pada bagian produksi, penggorengan, pencetakan, hingga pemasaran dan pengemasan. UMK Telur Gabus Almetta memproduksi berbagai olahan berbahan dasar tepung dan telur, seperti Telur Gabus sebagai produk utama, Keripik Bawang, Keripik Malaysia, Rempeyek Kacang, dan Rempeyek Ikan Teri, yang telah dikenal oleh konsumen lokal di Jambi. Produk dikemas dalam beberapa ukuran, antara lain kemasan 70 gram, 250 gram, dan 500 gram yang dipasarkan dengan harga terjangkau, menunjukkan adanya permintaan yang cukup kuat serta potensi peningkatan skala produksi dan distribusi.

Hasil diskusi awal bersama pemilik usaha menunjukkan bahwa UMK Telur Gabus Almetta masih menghadapi sejumlah kendala mendasar. Pada aspek pemasaran, produk belum mampu menembus mall modern di Jambi karena kemasan yang digunakan masih berupa plastik mika sederhana, belum memenuhi standar estetika dan ketahanan sesuai persyaratan ritel modern. Dari sisi manajemen, pencatatan keuangan masih dilakukan secara manual dan belum tersusun sebagai laporan laba rugi maupun arus kas yang dapat digunakan sebagai dasar pengambilan keputusan serta pengajuan pembiayaan formal. Pada aspek produksi, proses masih sangat mengandalkan tenaga kerja manual sehingga kapasitas dan konsistensi kualitas produk terbatas. Pengalaman selama pandemi Covid-19, ketika omzet menurun signifikan sementara UMK lain yang telah memanfaatkan teknologi dan pemasaran digital cenderung lebih adaptif, semakin menguatkan kebutuhan untuk melakukan intervensi terintegrasi pada aspek manajemen, produksi, dan pemasaran di UMK Telur Gabus Almetta.

Permasalahan pertama terletak pada aspek pemasaran. Saat ini pemasaran produk Telur Gabus Almetta masih mengandalkan penjualan langsung di sekitar lingkungan rumah dan promosi dari mulut ke mulut, tanpa pemanfaatan media sosial maupun *marketplace* secara optimal. Padahal berbagai penelitian menunjukkan bahwa strategi pemasaran digital, termasuk penggunaan media sosial dan platform *e-commerce*, mampu meningkatkan *brand awareness* dan volume penjualan UMKM secara signifikan (Prasetyo & Wulandari, 2023; Wahid, 2024; Khairani et al., 2025). Selain itu, kemasan produk yang digunakan masih sederhana, belum berbahan *food-grade* dan belum memiliki desain visual yang kuat, sehingga kurang menarik bagi konsumen dan sulit memenuhi standar kemasan ritel modern (Sulastri et al., 2021). Kondisi ini menyebabkan produk Telur Gabus Almetta belum mampu menembus pasar yang lebih luas dan rentan kalah bersaing dengan produk sejenis dari UMKM yang telah mengoptimalkan pemasaran digital dan inovasi kemasan.

Permasalahan kedua berkaitan dengan aspek manajemen keuangan dan administrasi usaha. Pencatatan transaksi pada UMK Telur Gabus Almetta masih dilakukan secara manual di buku tulis, belum disusun menjadi laporan laba rugi, arus kas, maupun laporan posisi keuangan yang dapat digunakan untuk menganalisis kinerja usaha. Praktik ini bertentangan dengan rekomendasi berbagai studi yang menekankan pentingnya pemanfaatan aplikasi pencatatan keuangan digital seperti SI APIK untuk meningkatkan ketertiban administrasi, akurasi laporan, dan kemampuan pelaku UMKM dalam membaca kondisi usahanya (Nurfadilah et al., 2022; Zhafirah et al., 2024; Setyawati et al., 2025). Ketiadaan laporan keuangan yang memadai juga menyulitkan UMK Telur Gabus Almetta ketika akan

mengakses pembiayaan formal atau menjalin kerja sama dengan ritel modern yang mensyaratkan dokumen administrasi dan laporan keuangan yang lengkap (Solikhin et al., 2023; Wati & Efrina, 2023).

Permasalahan ketiga menyangkut aspek produksi. Proses produksi Telur Gabus Almetta masih dilakukan secara manual mulai dari pencampuran adonan, pencetakan sampai penggorengan, sehingga kapasitas produksi terbatas dan kualitas produk belum sepenuhnya konsisten antarbatches. Peralatan pengemasan yang digunakan juga masih sederhana sehingga kemasan kurang rapat dan daya tahan produk relatif pendek. Temuan ini sejalan dengan berbagai laporan pengabdian yang menunjukkan bahwa minimnya peralatan produksi modern menjadi salah satu penyebab rendahnya efisiensi dan kualitas produk UMKM pangan (Sulastri et al., 2021; Ilhami et al., 2024). Ketiadaan peralatan seperti *continuous band sealer* dan alat bantu produksi lainnya menghambat peningkatan kapasitas produksi serta pemenuhan standar higienitas dan standar kemasan yang dipersyaratkan ketika akan menembus pasar ritel modern.



Gambar 2. Bentuk Kemasan, Ukuran Produk dan Peralatan Teknologi yang di miliki oleh Mitra

Berdasarkan gambar 2 terlihat bentuk kemasan, ukuran produk dan peralatan teknologi yang di miliki oleh Mitra masih sangat sederhana, untuk dapat meraih target capaian dari kegiatan pengabdian ini, tim pengabdian melakukan pengukuran baik dari awal dimulainya pengabdian PKM ini sampai dengan akhir pelaksanaan pengabdian. Kegiatan PKM ini diharapkan dapat memberikan dampak signifikan bagi Mitra dalam menghadapi berbagai tantangan yang berkaitan dengan aspek produksi, pemasaran, dan manajemen usaha. Dari segi sosial dan ekonomi, program ini ditargetkan untuk meningkatkan kapasitas produksi, memperkuat strategi pemasaran digital, serta memperbaiki tata kelola keuangan Mitra. Melalui serangkaian pelatihan dan pendampingan, Mitra diharapkan dapat meningkatkan pendapatan usaha sebesar 30–50%, menciptakan lapangan kerja baru, serta menekan biaya produksi melalui penerapan teknologi yang lebih efisien. Kegiatan ini juga berkontribusi dalam pemberdayaan pelaku usaha kecil melalui peningkatan literasi digital dan finansial, penguatan daya saing produk lokal, serta terjalannya kolaborasi berkelanjutan antara akademisi dan pelaku usaha dalam mendukung pembangunan ekonomi berbasis masyarakat. Mitra UMK saat ini menghadapi sejumlah permasalahan utama yang perlu diatasi guna meningkatkan daya saing produk Telur Gabus Almetta, yaitu:

1. Permasalahan Pemasaran

Keterbatasan dalam Pemasaran (Aspek Hilir Usaha)

- a. Belum Memanfaatkan Platform Digital: Saat ini pemasaran produk masih mengandalkan metode konvensional seperti promosi dari mulut ke mulut (word of mouth) dan penjualan langsung dari rumah. Produk belum dipasarkan secara aktif melalui media sosial maupun platform E-commerce.

- b. Kurangnya Daya Tarik Kemasan Produk: Kemasan yang digunakan masih berupa plastik mika sederhana yang dinilai kurang eksklusif oleh pihak mall modern, seperti Trona dan Jamtos. Hal ini menjadi salah satu faktor produk tidak dapat menembus pasar yang lebih luas.
- 2. Permasalahan Produksi
 - Keterbatasan dalam Produksi (Aspek Hulu Usaha)
 - a. Minimnya Peralatan Produksi Modern: Proses produksi masih dilakukan secara manual, sehingga menimbulkan keterbatasan dalam efisiensi waktu, kualitas hasil produksi, serta kapasitas produksi harian. Mitra belum memiliki alat seperti Mesin Mixer yang dibutuhkan untuk mempercepat pencampuran adonan, Mesin Continuous Band Sealer untuk proses pengemasan yang rapi dan tahan lama, serta Deep Fryer untuk menghasilkan produk dengan kualitas tekstur yang konsisten dan lebih renyah.
 - b. Keterbatasan Kapasitas Produksi: Akibat metode produksi yang tradisional, kemampuan memenuhi permintaan dalam jumlah besar masih rendah. Hal ini menjadi hambatan dalam memperluas distribusi ke toko modern maupun ke luar daerah Jambi.
- 3. Permasalahan Manajemen
 - Kurangnya Pemahaman Manajemen Usaha
 - a. Pencatatan Keuangan yang Masih Manual: Mitra belum memiliki sistem pencatatan keuangan yang terstruktur, sehingga menyulitkan dalam memantau arus kas, biaya produksi, dan laba rugi. Hal ini juga menjadi penghambat saat akan melakukan kerja sama dengan pihak ritel modern yang mensyaratkan laporan keuangan sebagai syarat administrasi.
 - b. Rendahnya Literasi Keuangan Digital: Mitra belum familiar dengan aplikasi pencatatan keuangan berbasis teknologi yang dapat digunakan untuk mengelola laporan usaha secara otomatis dan efisien. Hal ini menyebabkan kesulitan dalam pengambilan keputusan usaha yang berbasis data.

Solusi yang ditawarkan dalam kegiatan PKM ini dirancang secara sistematis dan terintegrasi yaitu:

- 1. Solusi Permasalahan Pemasaran
 - a. Pengembangan Sistem E-commerce dan Pemanfaatan Media Sosial
Solusi utama untuk memperluas jangkauan pasar Mitra adalah dengan mengembangkan sistem E-commerce berbasis Website yang menyajikan katalog produk, sistem pemesanan, dan informasi kontak. Website ini akan menjadi media utama dalam pemasaran digital Mitra, dilengkapi dengan integrasi WhatsApp Business dan fitur form pemesanan otomatis. Selain itu, pelatihan pemanfaatan media sosial (Instagram Bisnis dan Facebook) juga akan dilakukan untuk memperkuat branding dan interaksi dengan konsumen.
 - b. Peningkatan Daya Tarik Kemasan Produk
Desain ulang kemasan dengan bahan yang lebih kuat dan menarik (standing pouch aluminium foil) akan dilakukan. Tim pengabdian akan melibatkan mahasiswa desain grafis dan mencetak kemasan baru dengan desain logo, komposisi, label nilai gizi, dan barcode. Langkah ini penting untuk meningkatkan kredibilitas produk di mata konsumen dan memperbesar peluang menembus pasar mall modern seperti Trona, Jamtos, dan JPM.

Solusi	Target Luaran	Indikator Keberhasilan
Sistem E-commerce	Website katalog produk aktif dan diakses publik	Website online, minimal 10 transaksi daring pertama
Media sosial bisnis	Akun Instagram & Facebook aktif	100 followers baru dalam 3 bulan, 3 unggahan per minggu
Desain kemasan baru	3 varian eksklusif siap edar	Produksi 500 pcs kemasan standing pouch, digunakan pada distribusi ke 3 retail baru

- 2. Solusi Permasalahan Produksi
 - a. Penyediaan Peralatan Produksi Modern
Untuk meningkatkan kapasitas dan kualitas produksi, Mitra akan diberikan bantuan tiga peralatan utama dan peralatan pendukung kemasan lainnya:
 - 1) Mesin Mixer : mempercepat proses pencampuran adonan secara merata dan higienis.
 - 2) Mesin Continuous Band Sealer: mempercepat dan memperkuat proses pengemasan agar produk lebih awet dan profesional.

- 3) Deep Fryer: meningkatkan efisiensi dan konsistensi kualitas hasil penggorengan.
- b. Pelatihan Penggunaan Alat
 Selain penyediaan alat, tim akan memberikan pelatihan intensif kepada 5 karyawan produksi agar mampu mengoperasikan, merawat, dan mengoptimalkan alat secara mandiri. Hal ini diharapkan dapat mengurangi ketergantungan terhadap proses manual dan mempercepat waktu produksi.

Solusi	Target Luaran	Indikator Keberhasilan
Pengadaan alat produksi	3 unit alat modern berfungsi optimal	Waktu produksi turun 25%, kapasitas naik 50%
Pelatihan penggunaan alat	5 karyawan produksi terlatih	Semua karyawan mampu mengoperasikan alat tanpa supervisi

3. Solusi Permasalahan Manajemen

- a. Pelatihan Manajemen Keuangan dan Literasi Keuangan Digital
 Pelatihan akan difokuskan pada pencatatan arus kas, laporan laba rugi, serta penyusunan laporan keuangan sederhana menggunakan aplikasi pencatatan digital berbasis Android (misalnya: SIAPik). Modul pelatihan akan disesuaikan dengan tingkat literasi Mitra agar mudah dipahami dan diterapkan secara konsisten.
- b. Penerapan Sistem Keuangan Digital
 Setelah pelatihan, Mitra akan didampingi dalam proses pencatatan transaksi secara harian dan penyusunan laporan bulanan selama masa program. Template laporan akan diberikan secara digital dan cetak, sehingga laporan usaha dapat digunakan dalam pengajuan keMitraan dengan pihak retail modern.

Solusi	Target Luaran	Indikator Keberhasilan
Pelatihan keuangan	3 dokumen keuangan disusun	Tersedia laporan arus kas, laba rugi, dan neraca sederhana
Aplikasi keuangan digital	Implementasi pencatatan transaksi	100% transaksi harian tercatat selama 2 bulan berturut-turut

METODE

Kegiatan pengabdian kepada masyarakat ini dirancang dengan menggunakan pendekatan partisipatif berbasis solusi (*solution-based participatory approach*), yang menekankan pada keterlibatan aktif mitra dalam seluruh tahapan kegiatan. Mulai dari identifikasi permasalahan, perencanaan, pelaksanaan intervensi, hingga monitoring dan evaluasi, mitra dilibatkan secara langsung untuk memastikan bahwa program yang dijalankan sesuai dengan kebutuhan riil. Pendekatan ini tidak hanya berfokus pada transfer pengetahuan teknis, tetapi juga bertujuan membangun perubahan pola pikir, meningkatkan kapasitas sumber daya manusia, serta memperkuat sistem usaha secara menyeluruh dan berkelanjutan. Metode pelaksanaan kegiatan terbagi menjadi tiga tahapan utama, yaitu: (1) tahap persiapan, (2) tahap pelaksanaan, dan (3) tahap monitoring serta evaluasi. Masing-masing tahapan memiliki langkah dan strategi yang saling mendukung untuk memastikan keberhasilan intervensi program terhadap UMK Telur Gabus ALMETTA.

Tahap Persiapan

Pada tahap awal ini, dilakukan serangkaian kegiatan untuk memetakan kebutuhan mitra secara komprehensif agar intervensi yang diberikan tepat sasaran dan berbasis konteks.

Observasi Lapangan dan Wawancara Awal

Tim pelaksana melakukan kunjungan langsung ke lokasi operasional UMK Telur Gabus ALMETTA di Kelurahan Mayang Mangurai, Kota Jambi. Observasi dilakukan terhadap aspek produksi, pencatatan keuangan, desain dan mutu kemasan, serta strategi pemasaran yang digunakan. Selain itu, wawancara semi-terstruktur dilakukan dengan pemilik usaha dan staf di bagian produksi, keuangan, dan pemasaran untuk menggali informasi mendalam tentang permasalahan yang dihadapi.

Analisis Kebutuhan (Need Assessment)

Data dari observasi dan wawancara dianalisis menggunakan pendekatan SWOT (*Strengths, Weaknesses, Opportunities, Threats*) guna mengidentifikasi kekuatan dan kelemahan internal serta

peluang dan ancaman eksternal. Hasil analisis ini digunakan sebagai dasar penyusunan program intervensi agar benar-benar sesuai dengan prioritas kebutuhan mitra.

Penyusunan Desain Program dan Modul Pelatihan

Tim menyusun modul pelatihan dan materi pendampingan untuk empat bidang intervensi utama, yaitu: (1) inovasi kemasan produk, (2) digitalisasi pencatatan keuangan, (3) strategi digital marketing, dan (4) peningkatan kapasitas produksi melalui alat modern. Setiap modul disusun dengan bahasa yang mudah dipahami, praktis, serta menyesuaikan latar belakang pendidikan dan pengalaman mitra.

Tahap Pelaksanaan

Tahap ini merupakan inti kegiatan pengabdian, meliputi pelatihan teknis, praktik lapangan, dan fasilitasi peralatan. Sebelum pelatihan dan pendampingan, tim PKM menyelenggarakan Focus Group Discussion (FGD).



Gambar 3. Pelaksanaan Focus Group Discussion (FGD) bersama Mitra

Berdasarkan gambar 3 di atas Focus Group Discussion (FGD) dilaksanakan bersama Mitra bersama komunitas UMKM Bersinar yang menaungi UMK Telur Gabus ALMETTA, dengan melibatkan pemilik usaha, karyawan, dan influencer lokal. FGD menggali persoalan utama yang dihadapi mitra antara lain keterbatasan kapasitas produksi, lemahnya pencatatan keuangan, minimnya inovasi kemasan, serta tantangan pemasaran digital. Temuan FGD mram pelatihan, pendampingan, dan dukungan teknologi benar-benar selaras dengan kebutuhan mitra dalam kerangka transformasi manajemen berbasis teknologi.

Inovasi Kemasan Produk

Fokus intervensi pertama adalah meningkatkan mutu visual dan fungsional kemasan produk agar sesuai standar ritel modern. Kegiatan meliputi:

1. Pelatihan Desain Kemasan: Pengenalan jenis bahan food-grade dan pentingnya elemen visual dalam branding, termasuk pencantuman informasi wajib (komposisi, berat bersih, PIRT, dll.).
2. Workshop Label dan Branding: Pembuatan desain logo, label, dan identitas produk yang difasilitasi oleh tim desain grafis.
3. Pelatihan Continuous Sealer: Mitra difasilitasi dengan alat continuous sealer dan dilatih penggunaannya untuk pengemasan yang higienis dan profesional.

Digitalisasi Manajemen Keuangan

Intervensi ini ditujukan untuk meningkatkan sistem pencatatan keuangan mitra melalui teknologi digital.

1. Pelatihan Aplikasi Keuangan (SIApik): Penggunaan aplikasi berbasis Android untuk pencatatan transaksi harian dan pemantauan arus kas.
2. Pendampingan Laporan Keuangan: Penyusunan laporan laba rugi, neraca sederhana, dan arus kas untuk pengambilan keputusan dan akses pembiayaan.
3. Simulasi Transaksi dan Analisis: Praktik pencatatan dan interpretasi data keuangan sebagai dasar perencanaan bisnis.

Penerapan Strategi Digital Marketing

Intervensi ketiga diarahkan untuk mengembangkan strategi pemasaran berbasis digital guna memperluas jangkauan pasar.

1. Pelatihan Akun Bisnis Online: Pembuatan dan pengelolaan akun di media sosial (Instagram, Facebook, TikTok) dan platform e-commerce (Shopee, Tokopedia).

2. Pelatihan Konten Promosi: Teknik dasar fotografi produk, video pendek, copywriting untuk caption, serta penyusunan kalender konten digital.
3. Pendampingan Interaksi Konsumen: Manajemen pesanan, komunikasi digital dengan konsumen, serta pengelolaan ulasan pelanggan.

Peningkatan Kapasitas Produksi

Intervensi ini berfokus pada efisiensi dan peningkatan kapasitas produksi melalui penyediaan alat modern.

1. Fasilitasi Alat Produksi: Pengadaan planetary mixer dan electric deep fryer untuk mempercepat proses produksi.
2. Pelatihan Pengoperasian Alat: Pelatihan teknis terkait cara penggunaan, pembersihan, dan perawatan alat untuk menjaga umur pakai dan efektivitas kerja.

Tahap Monitoring dan Evaluasi

Monitoring dan evaluasi dilakukan secara sistematis untuk menilai efektivitas program serta keberlanjutan dampaknya terhadap mitra.

1. Monitoring Berkala
Kegiatan monitoring dilakukan selama program berlangsung untuk mengamati proses adopsi teknologi dan keterampilan baru. Setiap kegiatan didokumentasikan dalam log harian yang disusun oleh tim pelaksana.
2. Evaluasi Pra dan Pasca Kegiatan
Evaluasi dilakukan dengan menggunakan kuesioner sebelum dan sesudah program. Indikator yang diukur mencakup:
 - a. Pemahaman terhadap standar kemasan dan branding;
 - b. Kemampuan menyusun laporan keuangan;
 - c. Keterampilan manajemen akun media sosial dan e-commerce;
 - d. Efisiensi waktu dan peningkatan volume produksi.
3. Evaluasi Capaian Kinerja
Perbandingan kondisi awal dan akhir dilakukan untuk menilai dampak program berdasarkan indikator terukur, seperti:
 - a. Penggunaan kemasan modern dan label brand;
 - b. Implementasi aplikasi pencatatan keuangan;
 - c. Aktivasi kanal digital pemasaran;
 - d. Efisiensi dan peningkatan produksi pasca penggunaan alat baru.

Pendekatan Partisipatif

Seluruh tahapan pelaksanaan kegiatan dilaksanakan dengan pendekatan partisipatif. Mitra tidak diposisikan sebagai objek, tetapi sebagai subjek aktif yang turut serta dalam proses perencanaan, pelatihan, pelaksanaan, hingga evaluasi. Pendekatan ini bertujuan menumbuhkan rasa kepemilikan (sense of ownership) yang kuat terhadap program, yang penting bagi keberlanjutan hasil intervensi dalam jangka panjang. Tim pengusul berperan sebagai fasilitator dan pendamping yang menyediakan sumber daya, keahlian, serta akses terhadap jejaring pendukung. Namun, proses transformasi tetap diarahkan agar dikendalikan secara mandiri oleh mitra. Melalui pendekatan ini, diharapkan adopsi teknologi dan internalisasi praktik usaha modern dapat terjadi secara berkelanjutan dalam lingkungan usaha UMK Telur Gabus ALMETTA.

HASIL DAN PEMBAHASAN

Pelaksanaan kegiatan pengabdian kepada masyarakat pada UMK Telur Gabus ALMETTA telah berlangsung selama delapan bulan, dimulai dari tahap persiapan hingga evaluasi akhir. Seluruh rangkaian kegiatan dilaksanakan di Kelurahan Mayang Mangurai, Kecamatan Alam Barajo, Kota Jambi, dengan melibatkan pemilik usaha dan 10 orang tenaga kerja yang aktif di bagian produksi, keuangan, dan pemasaran. Program intervensi dilakukan melalui empat fokus utama: inovasi kemasan, penguatan manajemen keuangan, digital marketing, dan peningkatan kapasitas produksi. Berikut ini disajikan hasil yang diperoleh berdasarkan masing-masing sub-program intervensi.

Inovasi Kemasan Produk

Sebelum kegiatan dilaksanakan, UMK Telur Gabus ALMETTA menggunakan plastik mika sederhana sebagai kemasan utama produknya. Kemasan tersebut tidak memiliki label merek, tidak mencantumkan informasi produk secara lengkap, dan tidak memenuhi standar visual maupun higienitas yang disyaratkan oleh pasar modern. Hal ini menjadi salah satu hambatan utama bagi produk mitra untuk masuk ke ritel besar seperti Jamtos dan Trona Mall.

Setelah mengikuti pelatihan dan workshop inovasi kemasan, mitra berhasil mengadopsi kemasan fleksibel berbahan food grade yang lebih aman, menarik, dan sesuai dengan standar industri makanan ringan. Label kemasan didesain ulang menggunakan identitas merek ALMETTA yang mencantumkan informasi lengkap seperti komposisi bahan, berat bersih, izin PIRT, tanggal kedaluwarsa, serta kontak produsen.

Mitra juga telah berhasil mengoperasikan continuous band sealer untuk proses pengemasan yang lebih rapi dan higienis. Penggunaan alat ini meningkatkan efisiensi waktu pengemasan serta memperpanjang umur simpan produk karena segel yang dihasilkan lebih kedap udara. Berdasarkan observasi lapangan dan wawancara dengan pemilik usaha, penggunaan alat ini memungkinkan peningkatan volume kemasan hingga 30% dibandingkan sebelumnya. Tabel berikut menunjukkan perubahan signifikan pada aspek kemasan:

Tabel 1. Perubahan Kemasan Produk Sebelum dan Sesudah Kegiatan

Indikator	Sebelum Kegiatan	Sesudah Kegiatan
Jenis Kemasan	Plastik mika sederhana	Kemasan fleksibel food-grade
Label Produk	Tidak tersedia	Sudah ada (logo, komposisi, PIRT, dll.)
Alat Pengemasan	Manual	Continuous Band Sealer
Kualitas Tampilan Produk	Kurang menarik	Lebih profesional & menarik konsumen

Penguatan Manajemen Keuangan

Kondisi awal pencatatan keuangan mitra bersifat konvensional, hanya menggunakan buku tulis tanpa format standar. Hal ini menyebabkan data keuangan sering tidak tercatat secara lengkap, sulit dianalisis, dan menyulitkan penyusunan laporan seperti neraca atau laba-rugi. Selain itu, mitra belum memiliki pemahaman mengenai pentingnya dokumentasi keuangan dalam mengakses permodalan dan menjalin kerja sama dengan mitra usaha yang lebih besar.

Setelah diberikan pelatihan dan pendampingan, mitra berhasil mengadopsi aplikasi pencatatan digital seperti SIApik. Karyawan yang bertugas di bagian keuangan telah mampu mencatat seluruh transaksi harian secara real time, menghasilkan laporan keuangan sederhana (laba-rugi, arus kas, dan neraca), serta memantau posisi keuangan mingguan dan bulanan secara lebih akurat. Dalam proses pendampingan, dilakukan juga simulasi transaksi usaha yang melatih mitra dalam mencatat pembelian bahan baku, pembayaran gaji, dan penerimaan penjualan secara sistematis. Berdasarkan evaluasi, pemahaman mitra terhadap prinsip dasar pencatatan keuangan meningkat secara signifikan dari 30% menjadi 85%.

Tabel 2. Perubahan Sistem Pencatatan Keuangan

Indikator	Sebelum Kegiatan	Sesudah Kegiatan
Metode Pencatatan	Manual (buku tulis)	Digital (SIApik)
Laporan Keuangan	Tidak tersedia	Sudah tersedia (laba-rugi, arus kas)
Kemampuan Menganalisis Data	Sangat rendah	Meningkat signifikan
Akurasi & Kerapian Data	Tidak sistematis	Terstandarisasi & terdokumentasi

Penerapan Strategi Digital Marketing

Sebelum pelaksanaan kegiatan, mitra belum memiliki akun media sosial bisnis, tidak menggunakan platform e-commerce, dan tidak melakukan promosi digital sama sekali. Produk hanya dipasarkan secara offline, yang membatasi jangkauan pasar dan membuat daya saing produk rendah di tengah pertumbuhan bisnis berbasis digital.

Setelah mengikuti pelatihan digital marketing, mitra berhasil mengembangkan akun Instagram https://www.instagram.com/telurgabus_almetta/# dan Facebook Fanpage untuk mempromosikan

produk secara daring. Tim pengusul juga membantu pembuatan toko online di Shopee dan Tokopedia, yang kini menjadi kanal distribusi digital utama mitra.

Dalam kegiatan pelatihan, mitra juga diajarkan cara membuat konten promosi yang menarik termasuk fotografi produk, video pendek, testimoni pelanggan, dan caption promosi. Tim membantu menyusun kalender konten bulanan, sehingga mitra dapat menjaga konsistensi publikasi promosi. Berdasarkan hasil evaluasi, setelah dua bulan aktif di media sosial dan marketplace, terjadi peningkatan penjualan digital sebesar 35% dibandingkan periode sebelumnya. Selain itu, keterlibatan konsumen meningkat melalui fitur pesan langsung, ulasan pelanggan, dan interaksi komentar.

Tabel 3. Capaian Strategi Pemasaran Digital

Indikator	Sebelum Kegiatan	Sesudah Kegiatan
Media Sosial Bisnis	Tidak tersedia	Instagram & Facebook aktif
Toko Online	Tidak tersedia	Shopee & Tokopedia aktif
Konten Promosi Digital	Tidak ada	Foto produk, video, testimoni pelanggan
Persentase Kenaikan Penjualan -		Meningkat 35% melalui kanal digital

Peningkatan Kapasitas Produksi

Aspek produksi merupakan bagian krusial yang mendukung keberhasilan inovasi kemasan dan pemasaran. Sebelum kegiatan, seluruh proses produksi dilakukan secara manual, yang memakan waktu lama dan menghasilkan produk yang kurang konsisten dari segi tekstur dan rasa. Mitra juga mengeluhkan kelelahan tenaga kerja akibat proses produksi intensif tanpa alat bantu yang memadai.

Setelah difasilitasi dengan alat produksi modern, yaitu planetary mixer dan electric deep fryer, mitra mengalami peningkatan efisiensi produksi sebesar 40%. Alat mixer mempercepat proses pencampuran adonan dengan hasil yang lebih merata dan konsisten. Sementara itu, penggunaan deep fryer membantu proses penggorengan menjadi lebih cepat, merata, dan menghasilkan produk dengan tekstur lebih renyah serta tingkat kematangan yang stabil. Pelatihan penggunaan alat diberikan langsung di lokasi produksi, lengkap dengan SOP pemeliharaan dan standar kebersihan. Hasil evaluasi menunjukkan bahwa karyawan di bagian produksi mampu mengoperasikan alat secara mandiri dan menerapkan SOP yang diajarkan.

Tabel 4. Peningkatan Kapasitas Produksi

Indikator	Sebelum Kegiatan	Sesudah Kegiatan
Alat Produksi	Manual	Mixer & Deep fryer & Continius Band Sealer
Waktu Produksi	Lama	Efisiensi meningkat 40%
Konsistensi Kualitas Produk	Kurang konsisten	Lebih stabil dan profesional
Beban Kerja Karyawan	Tinggi	Lebih ringan dengan bantuan alat

Evaluasi Menyeluruh dan Dampak Umum

Evaluasi menyeluruh dilakukan dengan membandingkan capaian mitra sebelum dan sesudah kegiatan melalui instrumen kuesioner dan observasi langsung. Berikut adalah visualisasi hasil peningkatan pemahaman mitra terhadap aspek-aspek utama yang diintervensi.

Tabel 5. Hasil Evaluasi Pemahaman Mitra (%), Sebelum dan Sesudah Kegiatan

Aspek	Sebelum (%)	Sesudah (%)
Pemahaman Kemasan	40%	90%
Pencatatan Keuangan	30%	85%
Digital Marketing	20%	80%

Pembahasan

Pelaksanaan program pengabdian kepada masyarakat pada UMK Telur Gabus ALMETTA menunjukkan keberhasilan dalam meningkatkan kapasitas usaha secara menyeluruh, melalui intervensi yang terintegrasi pada aspek pengemasan, manajemen keuangan, pemasaran digital, dan produksi. Hasil yang diperoleh mencerminkan bahwa pendekatan holistik yang digunakan dalam program ini mampu

menjawab tantangan nyata yang dihadapi oleh mitra, sekaligus memberikan dampak yang berkelanjutan terhadap performa usaha.

Transformasi signifikan pada aspek kemasan produk menjadi salah satu indikator keberhasilan utama. Sebelum intervensi, kemasan produk UMK ALMETTA masih menggunakan plastik mika polos tanpa informasi produk, yang tidak hanya mengurangi daya tarik visual, tetapi juga menimbulkan keraguan di kalangan konsumen terkait keamanan dan legalitas produk. Intervensi pelatihan inovasi kemasan dan fasilitasi alat continuous sealer telah menghasilkan perubahan nyata: mitra kini mampu memproduksi kemasan fleksibel berbahan food-grade, lengkap dengan desain label yang informatif dan menarik. Perubahan ini tidak hanya meningkatkan estetika visual produk, tetapi juga memperkuat citra merek, membangun kepercayaan konsumen, dan membuka peluang untuk menembus pasar ritel modern.

Perubahan serupa juga terjadi pada aspek manajemen keuangan, yang sebelumnya menjadi titik lemah UMK ALMETTA. Ketiadaan pencatatan transaksi yang sistematis dan akurat membuat mitra sulit memantau kondisi keuangan usaha, serta menghambat pengambilan keputusan bisnis berbasis data. Setelah mengikuti pelatihan dan pendampingan dalam penggunaan aplikasi keuangan seperti SIApik, mitra menunjukkan peningkatan signifikan dalam pencatatan transaksi harian, penyusunan laporan keuangan sederhana, serta pemahaman terhadap analisis arus kas dan keuntungan usaha. Kemampuan ini menjadi bekal penting bagi mitra untuk memperkuat tata kelola usaha, serta menjadi syarat mutlak untuk mengakses lembaga keuangan dan jejaring mitra bisnis skala besar.

Intervensi pada aspek digital marketing menjadi pendorong utama dalam memperluas jangkauan pasar UMK ALMETTA. Sebelum program berjalan, mitra belum pernah memanfaatkan media sosial atau platform e-commerce sebagai saluran distribusi. Seluruh aktivitas pemasaran bersifat konvensional dan terbatas pada jaringan lokal. Dalam era ekonomi digital seperti saat ini, strategi tersebut terbukti tidak cukup untuk bersaing secara efektif. Pelatihan dan pendampingan yang diberikan dalam pembuatan akun bisnis, manajemen konten promosi, serta aktivasi toko daring (Shopee dan Tokopedia) telah berhasil meningkatkan eksistensi digital mitra. Hal ini terlihat dari peningkatan interaksi pelanggan secara daring, peningkatan pesanan melalui platform online, serta kenaikan penjualan sebesar 35% setelah dua bulan implementasi. Capaian ini sejalan dengan temuan Prasetyo dan Wulandari (2023), yang menunjukkan bahwa optimalisasi saluran digital memberikan dampak signifikan terhadap perluasan pasar dan pertumbuhan usaha mikro.

Selanjutnya, pada aspek produksi, mitra sebelumnya masih sangat bergantung pada metode manual yang menyulitkan peningkatan kapasitas dan konsistensi hasil produksi. Proses pencampuran adonan, penggorengan, dan pengemasan memerlukan waktu dan tenaga kerja yang besar, dengan hasil akhir yang kurang seragam. Intervensi berupa pengadaan mixer dan deep fryer telah membawa dampak positif terhadap efisiensi proses produksi. Penggunaan alat modern ini memungkinkan peningkatan volume produksi harian, konsistensi kualitas produk, dan pengurangan beban kerja fisik bagi tenaga kerja. Efisiensi waktu produksi meningkat hingga 40%, yang berarti mitra kini dapat memenuhi permintaan dalam jumlah lebih besar dengan waktu yang lebih singkat dan mutu yang lebih stabil. Intervensi ini juga menjadi salah satu aspek pembeda dari kegiatan pengabdian sejenis, karena banyak program sebelumnya hanya berfokus pada pelatihan manajerial dan pemasaran, tanpa menyentuh aspek operasional produksi secara langsung.

Keterpaduan dari ketiga intervensi tersebut menciptakan sinergi positif yang mempercepat transformasi usaha mitra secara menyeluruh. Pendekatan holistik terbukti lebih efektif dibandingkan pendekatan parsial yang hanya menasar satu aspek tertentu. Hal ini sejalan dengan kesimpulan beberapa studi terdahulu yang menyarankan integrasi antara inovasi produk, manajemen keuangan, dan strategi pemasaran sebagai formula utama pemberdayaan UMKM (Nurfadilah et al., 2022; Sulastri et al., 2021). Namun, kegiatan ini melangkah lebih jauh dengan menyertakan dimensi produksi dan efisiensi operasional sebagai elemen kunci keberhasilan program, yang belum banyak dibahas dalam literatur pengabdian sebelumnya.

Dari sisi keberlanjutan, program ini juga menunjukkan potensi yang menjanjikan. Pendekatan partisipatif yang digunakan, di mana mitra terlibat secara aktif dalam setiap tahapan kegiatan, terbukti meningkatkan rasa memiliki terhadap proses dan hasil program. Mitra menunjukkan antusiasme yang tinggi dalam menyerap materi, mencoba alat, serta mengelola platform digital secara mandiri. Ini menjadi indikator penting bahwa transformasi yang terjadi bukan hanya bersifat teknis, tetapi juga kultural yaitu perubahan cara pandang terhadap pentingnya inovasi dan adaptasi dalam pengelolaan usaha. Meskipun hasil yang dicapai sangat positif, perlu diakui bahwa keberhasilan ini tidak lepas dari

beberapa tantangan di lapangan, seperti keterbatasan waktu pelatihan, variasi kemampuan literasi digital di antara tenaga kerja, serta perlunya monitoring jangka panjang untuk memastikan keberlanjutan implementasi. Oleh karena itu, disarankan agar program serupa di masa depan menyertakan fase lanjutan berupa coaching intensif selama minimal enam bulan setelah kegiatan utama selesai, guna memperkuat internalisasi keterampilan dan sistem yang telah diperkenalkan. Sebagai implikasi lebih luas, keberhasilan kegiatan pengabdian ini dapat menjadi model replikasi untuk UMKM lain yang memiliki karakteristik serupa yakni berbasis produk pangan tradisional, beroperasi dalam skala rumah tangga, dan belum tersentuh digitalisasi usaha secara menyeluruh. Model intervensi berbasis integrasi inovasi kemasan, manajemen digital, pemasaran daring, dan efisiensi produksi menjadi formula yang adaptif terhadap perubahan zaman, sekaligus relevan untuk diterapkan di berbagai wilayah Indonesia.

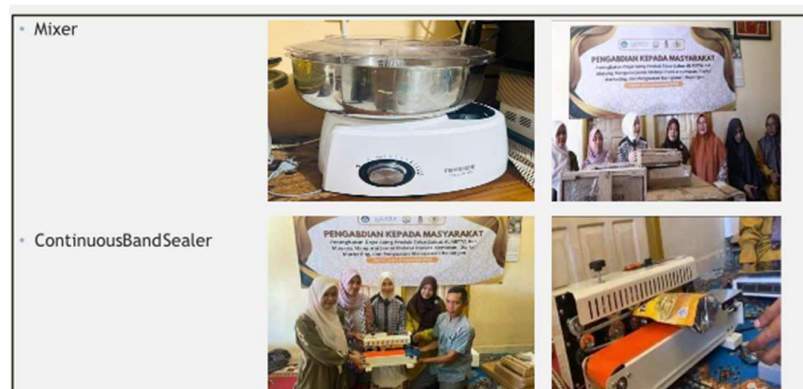
Kegiatan pengabdian kepada masyarakat ini tidak hanya berhasil menyelesaikan permasalahan spesifik UMK Telur Gabus ALMETTA, tetapi juga memberikan kontribusi ilmiah dalam bentuk pendekatan pemberdayaan UMK yang terukur, sistemik, dan aplikatif. Pendekatan ini diharapkan dapat menjadi acuan dalam pengembangan program-program serupa di masa depan, baik oleh institusi pendidikan, pemerintah, maupun mitra swasta yang peduli terhadap penguatan sektor UMKM nasional.

Rekomendasi Penguatan Lanjutan

1. Pemenuhan Sarana Produksi Penunjang. Untuk meningkatkan ketahanan operasional dan kapasitas puncak, perlu penambahan fasilitas seperti genset, kompor tungku, kuali berukuran besar, rak etalase produk, serta boks penyimpanan terstandar. Investasi ini akan memperkecil risiko *downtime*, meningkatkan *throughput*, dan menjaga kualitas pascapanen/produksi di berbagai kondisi lapangan.
2. Integrasi Aplikasi Dagang–Keuangan. Disarankan pengembangan aplikasi terintegrasi yang memadukan fungsi *e-commerce* (pengelolaan katalog, pesanan, ulasan, dan logistik) dengan pencatatan keuangan (penjualan, biaya, persediaan, arus kas) dalam satu ekosistem. Integrasi ini akan:
 - a. menghadirkan satu sumber data (*single source of truth*) untuk keputusan berbasis analitik,
 - b. mengurangi pekerjaan ganda dan risiko kesalahan input,
 - c. memudahkan rekonsiliasi transaksi lintas kanal, dan
 - d. mempercepat *reporting* untuk akses pembiayaan.

Tahap awal dapat dimulai dengan *prototype* berfitur inti (sinkronisasi pesanan penjualan stok kas), diikuti *roadmap* modul lanjutan (manajemen pelanggan, *demand forecasting*, dan *dashboard* kinerja) pada program pendampingan berikutnya.

Dengan penguatan dua aspek tersebut, dampak program diproyeksikan meningkat tidak hanya pada dimensi pertumbuhan, tetapi juga pada resiliensi operasional dan maturitas tata kelola usaha.



Gambar 4. Penyerahan Peralatan Teknologi Modern untuk Peningkatan Produksi Mitra

Gambar 4 menunjukkan Peningkatan produksi dan penjualan setelah diberi alat teknologi modern membawa implikasi langsung terhadap kesejahteraan tenaga kerja lokal. Pendapatan meningkat, lapangan kerja lebih stabil, dan UMK ALMETTA menjadi rujukan pembelajaran bagi UMKM lain. Secara makro, program ini memperkuat ekosistem UMKM berbasis teknologi di Kota Jambi. Delivery penerapan produk teknologi dan inovasi pada UMK Telur Gabus ALMETTA membuktikan bahwa transformasi UMKM memerlukan integrasi antara hard technology dan soft technology. Program ini relevan dengan kebutuhan masyarakat, ditopang oleh partisipasi multi-aktor, serta menghasilkan

dampak nyata berupa peningkatan efisiensi produksi, akuntabilitas manajerial, daya tarik kemasan, dan perluasan pemasaran digital. Lebih jauh, model ini memiliki nilai replikasi tinggi, sehingga dapat menjadi inspirasi bagi pemberdayaan UMKM lain dalam menghadapi dinamika pasar global yang semakin kompetitif.

SIMPULAN

Program pengabdian kepada masyarakat yang dilaksanakan pada UMK Telur Gabus ALMETTA telah berhasil memberikan dampak nyata dan terukur terhadap peningkatan daya saing usaha mitra. Melalui pendekatan holistik yang mencakup inovasi kemasan, digitalisasi manajemen keuangan, strategi pemasaran digital, dan peningkatan kapasitas produksi, mitra mengalami transformasi signifikan dalam aspek visual produk, tata kelola usaha, jangkauan pasar, serta efisiensi operasional. Kemasan produk yang semula konvensional kini telah memenuhi standar pasar modern, pencatatan keuangan telah terdigitalisasi dan terdokumentasi dengan baik, pemasaran telah merambah platform media sosial dan e-commerce, serta kapasitas produksi meningkat berkat penggunaan alat produksi modern. Pendekatan partisipatif yang digunakan dalam program ini turut memperkuat keberlanjutan hasil intervensi karena mendorong keterlibatan aktif mitra dalam setiap proses kegiatan. Model pemberdayaan terintegrasi yang dikembangkan dalam kegiatan ini terbukti efektif dan layak untuk direplikasi dalam konteks UMKM lain yang menghadapi tantangan serupa, khususnya di sektor pangan berbasis kearifan lokal. Secara keseluruhan, program ini memberikan kontribusi praktis bagi penguatan UMKM di tingkat lokal, sekaligus kontribusi akademik dalam pengembangan model intervensi berbasis integrasi inovasi, manajemen digital, dan transformasi teknologi. Adapun dua penguatan strategis direkomendasikan untuk keberlanjutan dan skala dampak: (1) pemenuhan sarana produksi penunjang yaitu genset, kompor tungku, kualiti besar, rak etalase, dan boks penyimpanan terstandar—untuk menekan downtime, menaikkan throughput, dan menjaga konsistensi mutu; (2) integrasi aplikasi dagang keuangan yang menyatukan fungsi e-commerce (katalog, pesanan, ulasan, logistik) dengan pencatatan keuangan (penjualan, biaya, persediaan, arus kas) guna menghadirkan single source of truth, mengurangi double entry dan kesalahan input, memudahkan rekonsiliasi lintas kanal, serta mempercepat reporting bagi akses pembiayaan; dimulai dari prototype sinkronisasi pesanan–penjualan–stok–kas dan diikuti roadmap modul lanjutan (CRM, demand forecasting, dashboard kinerja). Kedua langkah ini diproyeksikan meningkatkan pertumbuhan, resiliensi operasional, dan maturitas tata kelola UMK secara berkelanjutan.

UCAPAN TERIMA KASIH

Kegiatan pengabdian kepada masyarakat ini didanai oleh Direktorat Penelitian dan Pengabdian Kepada Masyarakat, Direktorat Jenderal Riset dan Pengembangan, Kementerian Pendidikan Tinggi, Sains, dan Teknologi Republik Indonesia, melalui skema Program Pemberdayaan Kemitraan Masyarakat (PKM) Tahun Anggaran 2025, berdasarkan Kontrak Pelaksanaan No. 127C3/DT.05.00/PM/2025 dan No. 003/PGB/LPPM/2025

Tim pelaksana menyampaikan apresiasi dan terima kasih yang sebesar-besarnya kepada UMK mitra Telur Gabus Almetta, perangkat Kelurahan Mayang Mangurai, serta seluruh pihak yang telah memberikan dukungan dan kontribusi dalam kelancaran pelaksanaan program ini. Partisipasi aktif dari berbagai pemangku kepentingan menjadi kunci keberhasilan kegiatan pemberdayaan ini. Universitas Adiwangsa Jambi atas dukungan kelembagaan, fasilitas, dan kepercayaan yang telah diberikan kepada tim pelaksana, sehingga program ini dapat berjalan dengan baik dan memberikan dampak nyata bagi mitra binaan serta masyarakat.

REFERENSI

- Badan Pusat Statistik. (2018). Sensus Ekonomi 2016: Potensi usaha mikro kecil. Jakarta: Badan Pusat Statistik.
- Irawan, D., Eliana, L., Girting, R., & Sari, D. A. (2023). Teknologi informasi dan perannya dalam perubahan organisasi dan fungsi akuntansi manajemen. *JAAKFE UNTAN (Jurnal Audit dan Akuntansi Fakultas Ekonomi Universitas Tanjungpura)*, 12(4), 394–403. Badan Pusat Statistik Indonesia
- Ilhami, S., Puryono, D., & Damayanti, P. (2024). Peningkatan efisiensi dan mutu packaging melalui

- pemanfaatan continuous band sealer pada UMKM Rengginang. *I-Com: Indonesian Community Journal*, 4(3), 2189–2199. E-Journal Unira Malang
- Khairani, N., Adiva, C. T., Hutabarat, R. F. M., & Simorangkir, T. G. (2025). Peran media sosial dalam meningkatkan penjualan produk UMKM di era digital. *Innovative: Journal of Social Science Research*, 5(3), 4583–4591. campus.colombiaaprende.edu.co
- Mauliyah, H. I., Etim, L. A., & Lomiwel, V. (2024). Netnographic studies in the implementation of accounting information systems (SIA) in the Facebook group online community “Learning Sharia Accounting”. *Wacana Equilibrium*, 12(2), 148–166. SINTA+1
- Mardani, A. D., Evrina, E., & Hartati, B. (2024). Influencer authenticity: Unraveling the impact on modern marketing. *Costing: Journal of Economic, Business and Accounting*, 7(3), 63–73. conference.unib.ac.id
- Martyani, E., & Yamalia, I. (2025). Tingkat kepuasan pelanggan terhadap belanja online (e-commerce). *Jurnal Teknologi Informasi dan Ilmu Komputer*, 1(1), 35–38. SINTA+1
- Nurfadilah, F., Hasanuddin, H., & Syamsul, S. (2022). Pelatihan pencatatan keuangan digital menggunakan aplikasi SI APIK untuk meningkatkan kapasitas UMKM di Kabupaten Gowa. *Jurnal Pengabdian Kepada Masyarakat*, 3(2), 112–120.
- Prasetyo, A., & Wulandari, N. (2023). Strategi pemasaran digital untuk meningkatkan daya saing UMKM binaan. *Jurnal Pengabdian Ekonomi Kreatif*, 5(1), 55–63.
- Setyawati, L., Kasmian, A. A., & Khoirunnisa, S. A. (2025). Pengembangan ekosistem digital dengan pemanfaatan SI APIK pada UMKM Mamo Mill di Kota Semarang. *Community Engagement Research for Sustainability*, 4(1), 75–88.
- Solikhin, A., Syarif, A., Utomo, A. N. B., & Malinda, I. S. B. (2023). Training on cashflow and business profile creation for the Sahabat Berdikari Mandiri MSMEs members. *Journal of Community Engagement Research for Sustainability*, 3(5), 215–222. CERS Journal+1
- Sulastris, D., Dewantoro, A., & Nurbaiti, I. (2021). Inovasi kemasan modern pada UMKM produk pangan tradisional di Tasikmalaya. *Jurnal Pengabdian Masyarakat*, 2(3), 211–218.
- Wahid. (2024). Strategi pemasaran usaha melalui digital marketing. *Innovative: Journal of Social Science Research*, 4(4), 6475–6485. HIPOTESA+1
- Waty, E., & Efrina, L. (2023). Akuntansi digital: Transformasi pembukuan di era revolusi industri 4.0 menuju Society 5.0. Jambi: PT Sonpedia Publishing Indonesia. Google Books+1
- Yamalia, I., & Siagian, S. (2019). Analisa sistem informasi pengolahan data nilai siswa berbasis web (Studi kasus: SMPN 4 Kota Jambi). *Journal V-Tech (Vision Technology)*, 2(1), 75–80. SINTA+1
- Zhafirah, N. I., Tandian, R. M., Arnindha, R. N., Handalu, S. H., & Falah, S. (2024). Penerapan aplikasi pencatatan keuangan SI APIK untuk efisiensi manajemen keuangan pada UMKM Pangkalan Minyak Tanah Rama di Kota Jayapura. *Jurnal Pengabdian Masyarakat Terapan (JUPITER)*, 1(2), 66–76. <https://doi.org/10.20884/1.jupiter.1.2.18>