



Pemberdayaan UMKM Sembako Tradisional Melalui Penerapan Digitalisasi dan Peningkatan Kapasitas Manajemen Bisnis

Sugi Asadi¹, Sukurman²

¹Program Studi Ilmu Falak, UIN Mataram, Indonesia

²Program Studi Ilmu Falak, UIN Mataram, Indonesia

Corresponding Author: sugimani@gmail.com

Article History:

Received: 09-08-2025

Revised: 29-08-2025

Accepted: 19-09-2025

Keywords: *UMKM, Sembako Tradisional, Digitalisasi, Manajemen Bisnis, Pemberdayaan Masyarakat*

Abstract: *Program pengabdian masyarakat ini bertujuan untuk memberdayakan UMKM sembako tradisional melalui penerapan digitalisasi dan peningkatan kapasitas manajemen bisnis. UMKM sembako tradisional masih menghadapi tantangan dalam pengelolaan usaha, khususnya keterbatasan dalam penggunaan teknologi digital serta kurang optimalnya penerapan manajemen yang efektif. Metode yang digunakan dalam kegiatan ini meliputi pelatihan, pendampingan, serta implementasi langsung penggunaan platform digital sebagai sarana pemasaran dan pencatatan keuangan. Selain itu, dilakukan pula peningkatan kapasitas manajemen bisnis melalui workshop strategi pengelolaan usaha, pengaturan stok, serta pengelolaan keuangan sederhana. Hasil kegiatan menunjukkan adanya peningkatan pemahaman pelaku UMKM terkait manfaat digitalisasi dalam memperluas akses pasar, efisiensi operasional, serta kemampuan mengelola usaha secara lebih profesional. Program ini diharapkan dapat mendorong kemandirian UMKM sembako tradisional, memperkuat daya saing di era digital, serta memberikan kontribusi nyata terhadap penguatan ekonomi lokal.*

© 2025 SWARNA: Jurnal Pengabdian Kepada Masyarakat

PENDAHULUAN

Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah (UMKM) merupakan sektor penting yang menopang perekonomian Indonesia. Data Kementerian Koperasi dan UKM menunjukkan bahwa UMKM berkontribusi signifikan terhadap Produk Domestik Bruto (PDB) dan penyediaan lapangan kerja (Yolanda dan Hasanah, 2024). Namun, perkembangan ekonomi digital menghadirkan tantangan baru, khususnya bagi UMKM tradisional seperti toko sembako (Sitompul, Sari, Gaol, & Harahap, 2025). Persaingan ketat dengan minimarket modern, keterbatasan akses teknologi, serta lemahnya manajemen keuangan menyebabkan banyak UMKM kesulitan dalam mempertahankan keberlanjutan usaha (Chairina, Muhayati, Amelianur, Fawwaz, & Aldiansyah, 2025).

Toko sembako tradisional memiliki keunggulan berupa lokasi yang strategis dan loyalitas pelanggan, tetapi masih terkendala dalam pemanfaatan teknologi digital (Lubis, Pathuansyah, Shanty, & Nurdelila, 2025). Sebagian besar proses operasional, mulai dari pencatatan transaksi hingga manajemen persediaan, masih dilakukan secara manual (Khairiyah dkk., 2025). Kondisi ini menyebabkan inefisiensi dan keterbatasan dalam

pengembangan usaha. Oleh karena itu, dibutuhkan intervensi berupa penerapan digitalisasi untuk meningkatkan daya saing UMKM sembako di era modern.

Urgensi dan Rasionalisasi Kegiatan

Urgensi kegiatan ini terletak pada kebutuhan untuk mengintegrasikan teknologi digital ke dalam operasional toko sembako agar lebih efisien, transparan, dan mampu bersaing dengan pasar modern (Fernandez & Ali, 2025). Penerapan digitalisasi diharapkan tidak hanya membantu dalam pencatatan transaksi dan manajemen keuangan, tetapi juga membuka peluang pemanfaatan platform online untuk pemasaran.

Tujuan dari kegiatan pengabdian ini adalah: Meningkatkan kapasitas pemilik UMKM sembako dalam manajemen bisnis, terutama di bidang keuangan, pemasaran, dan pengelolaan persediaan.

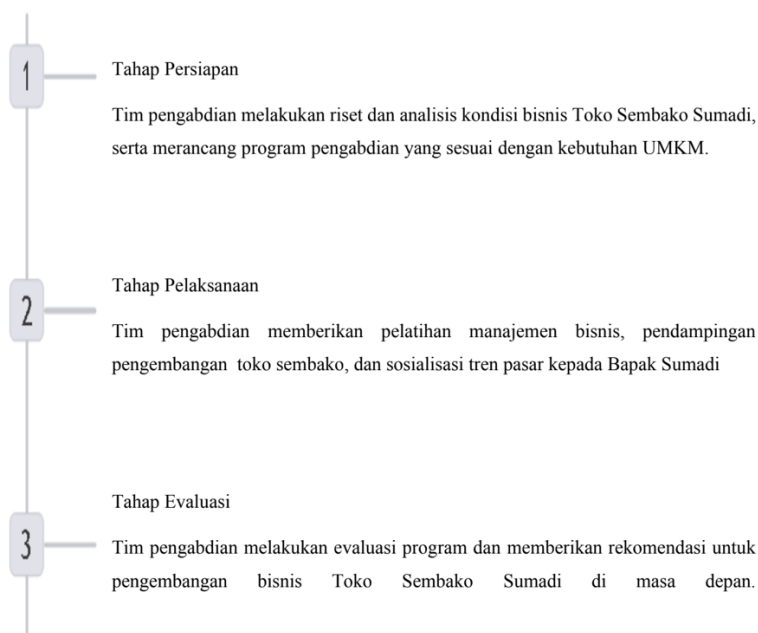
Menerapkan sistem digital sederhana untuk pencatatan transaksi dan manajemen keuangan. Memberikan pendampingan terkait strategi pemasaran berbasis digital agar UMKM mampu memperluas pasar dan meningkatkan daya saing. Memberdayakan UMKM agar mampu beradaptasi terhadap perubahan tren konsumsi dan tantangan pasar modern.

Rencana Pemecahan Masalah

Untuk mengatasi permasalahan yang ada, beberapa langkah strategis akan dilakukan, antara lain: Pelatihan manajemen keuangan dengan penggunaan aplikasi atau perangkat sederhana (Microsoft Excel dan pemasaran media sosial). Pendampingan dalam penerapan sistem pencatatan transaksi digital. Sosialisasi strategi pemasaran digital melalui media sosial atau platform e-commerce lokal. Evaluasi berkala untuk memastikan peningkatan kapasitas dan kemandirian UMKM dalam pengelolaan bisnis.

METODE PELAKSANAAN

Kegiatan pengabdian masyarakat ini menggunakan pendekatan aplikatif dan edukatif, pendekatan yang menekankan pada praktik langsung atau penerapan nyata dari teori/konsep ke dalam kehidupan atau kegiatan sehari-hari. mengajarkan penggunaan aplikasi pencatatan keuangan digital, bukan hanya teori akuntansi. Ditasari, Akbar, Fatikasari, & Indah (2024) .dengan fokus pada penerapan digitalisasi dan peningkatan kapasitas manajemen bisnis UMKM sembako tradisional Yolanda & Hasanah (2024), Ditasari, Akbar, Fatikasari, & Indah (2024) dan Sitompul, Sari, Gaol, & Harahap (2025). Rancangan kegiatan disusun secara sistematis agar dapat menjawab kebutuhan mitra sasaran secara langsung dan berkelanjutan Yolanda & Hasanah (2024), Ditasari, Akbar, Fatikasari, & Indah (2024) dan Sitompul, Sari, Gaol, & Harahap (2025).



Gambar 1 Tahapan pengabdian

Khalayak Sasaran, dalam kegiatan ini adalah pemilik dan pengelola UMKM sembako tradisional yang beroperasi di wilayah perkotaan dan pedesaan (Ditasari, Akbar, Fatikasari, & Indah, 2024). Pemilihan dilakukan secara purposive, dengan kriteria: (a) UMKM masih menggunakan pencatatan manual dalam transaksi, (b) memiliki keterbatasan akses teknologi, dan (c) memiliki potensi berkembang melalui digitalisasi.

Bahan dan Alat Aplikasi pencatatan transaksi sederhana microsoft excel, Perangkat gawai (smartphone/laptop) untuk praktik penggunaan aplikasi (Ditasari, Akbar, Fatikasari, & Indah, 2024). Modul pelatihan manajemen keuangan dan pemasaran digital. Media sosial (WhatsApp Business, Facebook, Instagram) dan platform e-commerce lokal sebagai sarana praktik pemasaran.

Desain Kegiatan, Kegiatan dilaksanakan melalui tahapan:

1. Pelatihan: Penyampaian materi mengenai manajemen keuangan, pengelolaan persediaan, dan strategi pemasaran berbasis digital.
2. Praktik langsung: Penerapan pencatatan transaksi menggunakan aplikasi digital serta simulasi pemasaran melalui media sosial.
3. Pendampingan intensif: Monitoring penggunaan sistem digital dalam operasional harian UMKM.
4. Evaluasi: Penilaian tingkat pemahaman, keterampilan, dan penerapan teknologi digital oleh UMKM setelah mengikuti kegiatan.

HASIL DAN PEMBAHASAN

Kegiatan pengabdian kepada masyarakat ini telah berhasil memberikan dampak positif terhadap peningkatan kapasitas manajemen bisnis pada UMKM sembako tradisional. Melalui rangkaian pelatihan, pendampingan, dan praktik langsung, UMKM mitra memperoleh pemahaman yang lebih baik mengenai pengelolaan keuangan, produksi, distribusi, pemasaran, hingga pemahaman regulasi.

Secara umum, program ini mampu meningkatkan keterampilan wirausaha pemilik UMKM sekaligus memperkuat daya saing di tengah gempuran pasar modern dan digitalisasi.

1. Keuangan Peningkatan kapasitas di bidang manajemen keuangan ditunjukkan dengan kemampuan UMKM untuk melakukan pencatatan transaksi secara lebih terstruktur menggunakan aplikasi digital sederhana. Beberapa capaian antara lain: UMKM mampu membuat laporan pemasukan dan pengeluaran mingguan. Terdapat peningkatan pemahaman mengenai pengelolaan arus kas dan efisiensi biaya. Pemilik usaha mulai mengenal akses pembiayaan formal, seperti Kredit Usaha Rakyat (KUR), serta aplikasi fintech untuk transaksi. Temuan ini sejalan dengan penelitian Yolanda & Hasanah (2024), Ditasari, Akbar, Fatikasari, & Indah (2024) dan Sitompul, Sari, Gaol, & Harahap (2025) yang menekankan bahwa sistem pencatatan digital meningkatkan efisiensi transaksi UMKM.
2. Produksi dan Distribusi, Di bidang produksi dan distribusi, UMKM sembako mulai mengatur stok barang dengan sistem inventaris sederhana berbasis digital. Hal ini meminimalisasi kerugian akibat barang kadaluarsa. Selain itu, optimalisasi hubungan dengan pemasok menghasilkan penurunan biaya distribusi sekitar 10%.
3. Pemasaran, Program juga memberikan hasil yang signifikan dalam pemasaran. Toko Sembako Makmur sebagai mitra utama telah membuat akun media sosial (Facebook dan Instagram) serta menggunakan WhatsApp Business untuk promosi. Hasilnya, terjadi peningkatan jumlah pelanggan baru sebesar 15% dalam tiga bulan pertama. Temuan ini mendukung Yolanda & Hasanah (2024), Ditasari, Akbar, Fatikasari, & Indah (2024) dan Sitompul, Sari, Gaol, & Harahap (2025) yang menekankan peran adaptasi teknologi dalam mempertahankan eksistensi warung tradisional.
4. Elemen Pendukung UMKM, Selain keuangan, produksi, distribusi, pemasaran, dan regulasi, aspek sumber daya manusia (SDM) dan pemanfaatan teknologi informasi juga menjadi sorotan. Melalui pelatihan, pemilik UMKM tidak hanya memahami penggunaan aplikasi digital, tetapi juga meningkatkan kemampuan komunikasi dengan pelanggan Yolanda & Hasanah (2024), Ditasari, Akbar, Fatikasari, & Indah (2024) dan Sitompul, Sari, Gaol, & Harahap (2025). Ke depan, pembentukan klaster UMKM diharapkan dapat memperkuat jejaring bisnis dan memperluas akses pasar.



Gambar 1
Pemberian pelatihan Produksi



Gambar 2
Pemberian pelatihan Produksi

Berdasarkan hasil pengabdian, beberapa rekomendasi yang perlu diterapkan agar UMKM semakin berdaya saing adalah sebagai berikut: Pelatihan berkelanjutan terkait manajemen keuangan, pemasaran digital, dan strategi inovasi produk. Pemanfaatan platform online baik media sosial maupun marketplace lokal untuk memperluas jaringan konsumen. Peningkatan kolaborasi antara UMKM, pemerintah, dan lembaga terkait dalam pengembangan produk serta akses modal. Penguatan regulasi melalui sosialisasi hukum dan kebijakan terbaru agar UMKM lebih siap menghadapi tantangan pasar. Secara keseluruhan, kegiatan pengabdian ini menunjukkan bahwa digitalisasi dan peningkatan kapasitas manajemen bisnis memberikan dampak signifikan terhadap efisiensi operasional, peningkatan penjualan, serta kemandirian UMKM sembako di pasar tradisional.

KESIMPULAN DAN SARAN

Kegiatan pengabdian kepada masyarakat melalui pemberdayaan UMKM sembako tradisional dengan penerapan digitalisasi dan peningkatan kapasitas manajemen bisnis telah memberikan dampak nyata dalam memperkuat daya saing UMKM di era modern. Pelatihan, pendampingan, dan praktik langsung terbukti mampu meningkatkan keterampilan pemilik usaha dalam hal pencatatan keuangan, pengelolaan produksi dan distribusi, serta strategi pemasaran berbasis digital.

Hasil kegiatan menunjukkan bahwa UMKM mitra dapat melakukan pencatatan transaksi secara lebih terstruktur, memanfaatkan sistem inventaris digital untuk mengurangi kerugian, dan menjangkau konsumen baru melalui media sosial. Selain itu, peningkatan pemahaman terhadap regulasi dan akses pembiayaan juga membuka peluang bagi UMKM untuk berkembang secara legal dan berkelanjutan.

Dengan demikian, penerapan digitalisasi tidak hanya memberikan efisiensi operasional, tetapi juga menjadi strategi penting untuk meningkatkan penjualan, memperluas jaringan pasar, serta mendorong kemandirian UMKM di tengah kompetisi pasar modern. Ke depan, keberlanjutan program ini perlu diperkuat melalui pelatihan berkelanjutan, kolaborasi dengan pemerintah dan lembaga terkait, serta penguatan regulasi yang mendukung ekosistem usaha kecil agar semakin adaptif terhadap perkembangan ekonomi digital.

DAFTAR PUSTAKA

- Chairina, N., Muhayati, Y., Amelianur, M. H., Fawwaz, F., & Aldiansyah, R. (2025). Strategi pemasaran UMKM Desa Parigi. *GANESHA: Jurnal Pengabdian Kepada Masyarakat*, 5(1), 229–237.
- Ditasari, R. A., Akbar, D. M. T., Fatikasari, K. N., & Indah. (2024). Pendampingan dan pengembangan kinerja usaha mikro, kecil, dan menengah (UMKM) sebagai keberlanjutan bisnis melalui pemasaran digital di Dusun Bulak, Desa Gayam, Kecamatan Kendal, Ngawi. *Citakarya: Jurnal Pengabdian Masyarakat*, 2(2).
- Fernandez, E., & Ali, M. M. (2025). Transformasi digital penjualan sembako offline to online pada Toko Sembako Sukses. *JEMSI: Jurnal Ekonomi, Manajemen, dan Sistem Informasi*, 6(3).
- Junaedi, F. (2017). *Participatory action research: Metode riset untuk analisis sosial partisipatif*. Komunikator.
- Khairiyah, N., Putri, A., Pitaloka, C. S. A., Muthmainnah, N. H., Rasul, N. A. S., Sella, A., Fitriyani, A., Pranowo, B. A., & Wiratmadhi, I. P. D. (2025). Digitalisasi laporan keuangan UMKM di Kota Bogor menggunakan Microsoft Excel dan Manager.io. *PROGRESIF*, 5(2), 137–148.
- Lubis, R. M. O., Pathuansyah, Y., Shanty, A. M. M., & Nurdelila. (2025). Pelatihan manajemen keuangan digital bagi pelaku UMKM dalam menghadapi persaingan bisnis online. *Jurnal Transformasi Pendidikan Indonesia*, 3(3), 311–317.
- Sitompul, P. S., Sari, M. M., Gaol, C. M. B. L., & Harahap, L. M. (2025). Transformasi digital UMKM Indonesia: Tantangan dan strategi adaptasi di era ekonomi digital. *Jurnal Manajemen Bisnis Digital Terkini*, 2(2), 9–18.
- Yolanda, C., & Hasanah, U. (2024). Peran usaha mikro, kecil dan menengah (UMKM) dalam pengembangan ekonomi Indonesia. *Jurnal Manajemen dan Bisnis*, 2(3), 170–189.