

Optimalisasi Teknologi Informasi dalam Pemasaran dan Keuangan IRT Bakwan Keladi

¹*Ida Ayu Gede Wiwik Purnamayanti, ²Ni Putu Linda Santiari, ³Gusti Ayu Aghivirwiati, ⁴Ida Bagus Ketut Surya Arnawa, ⁵Diah Candra Utami, ⁶Dita Dwi Yuliani

Institut Teknologi dan Bisnis STIKOM Bali^{1,2,3,4,5,6}

*Email: wiwikipurnama@stikom-bali.ac.id

ABSTRAK

IRT “Bakwan Keladi Kress” merupakan usaha mikro yang menghadapi tantangan dalam aspek produksi, manajemen keuangan, pemasaran digital, dan legalitas usaha. Program pengabdian ini bertujuan untuk meningkatkan kapasitas mitra melalui penerapan teknologi informasi dan penguatan manajerial berbasis digital. Kegiatan diawali dengan identifikasi kebutuhan mitra melalui wawancara mendalam, dilanjutkan dengan pengadaan peralatan produksi seperti kompor, penggorengan, sutil, dan penyaring minyak untuk meningkatkan efisiensi dan kualitas produk. Pelatihan manajemen usaha dilaksanakan dengan fokus pada pencatatan keuangan menggunakan aplikasi buku kas berbasis Android. Dalam aspek pemasaran, mitra dilatih menggunakan platform GrabFood dan GoFood untuk memperluas jangkauan pasar, mulai dari pendaftaran *merchant*, pengelolaan etalase digital, hingga strategi promosi dan analisis performa penjualan. Hasil kegiatan menunjukkan peningkatan signifikan dalam efisiensi produksi, keteraturan pencatatan keuangan, serta peningkatan penjualan melalui platform digital. Identitas produk semakin kuat melalui desain ulang kemasan dan narasi usaha. Program ini berhasil mendorong transformasi mitra ke dalam ekosistem digital, memperkuat keberlanjutan usaha, dan berkontribusi pada pemberdayaan ekonomi berbasis komunitas lokal.

Kata kunci : bakwan keladi, optimasi pemasaran, manajemen keuangan

ABSTRACT

“Bakwan Keladi Kress” is a micro-enterprise that faced challenges in production, financial management, digital marketing, and business legality. This community service program aimed to enhance the partner's capacity through the application of information technology and digital-based managerial strengthening. Activities began with a needs assessment through in-depth interviews, followed by the procurement of essential production tools including stove, fryer, spatula, and oil strainer to improve efficiency and product quality. Business management training focused on financial recording using an Android-based bookkeeping application. In the marketing aspect, the partner was trained to utilize GrabFood and GoFood platforms to expand market reach—covering merchant registration, digital storefront management, promotional strategies, and performance analysis. The results demonstrated significant improvements in production efficiency, structured financial recording, and increased digital sales. The product identity was strengthened through redesigned packaging and a compelling business narrative. This program successfully facilitated the partner's transition into the digital ecosystem, enhanced business sustainability, and contributed to local community-based economic empowerment.

Key words: bakwan keladi, marketing optimization, financial management

PENDAHULUAN

Kuliner pangan ringan merupakan sektor usaha yang berperan penting dalam ekonomi mikro karena menawarkan produk yang cepat saji, mudah dikonsumsi, dan memiliki pasar yang luas (Berlin, B dkk, 2022). Usaha ini menjadi solusi praktis bagi masyarakat yang mencari peluang ekonomi dengan modal kecil. Salah satu contohnya adalah produk camilan tradisional seperti bakwan keladi, yang berbasis bahan baku lokal dan relatif mudah diproduksi (Akbar, A.A. dkk, 2024). Selain memenuhi kebutuhan konsumen akan makanan ringan, usaha semacam ini juga menjadi peluang bisnis yang dapat membantu masyarakat bangkit dari kondisi ekonomi sulit, seperti yang terjadi selama pandemi COVID-19.

Di tengah keterbatasan ekonomi akibat PHK dan ketidakstabilan pendapatan, Kadek Desi Dwi Sagita memulai usaha kecilnya yang diberi nama Bakwan Keladi pada tahun 2021. Berlokasi di Jl. Sari Dana IV No. 9, Cargo, Ubung Kaja, usaha ini dijalankan bersama adik kandungnya di garasi rumah kontrakan kecil. Gambar 1 merupakan tempat produksi bakwan keladi mitra yang memanfaatkan tempat garasi rumah kontrakan. Hasil wawancara mitra mengungkapkan motivasi utamanya adalah memanfaatkan keterampilan kuliner untuk menciptakan sumber penghasilan baru. Gambar 1 merupakan wawancara dengan mitra pengabdian.



Gambar 1. Wawancara Mitra

Proses produksi bakwan keladi tergolong sederhana yaitu mulai dari keladi dikupas, dicuci, diparut, lalu dicampur dengan bumbu tradisional seperti bawang merah, bawang putih, dan kaldu jamur dan didiamkan selama kurang lebih 1 jam untuk mendapatkan hasil campuran yang maksimal sebelum digoreng hingga garing. Seluruh bahan baku diperoleh dari wilayah setempat, sehingga dapat menekan biaya produksi sekaligus memberdayakan komunitas lokal. Gambar 2 merupakan proses produksi bakwan keladi.



Gambar 2. Proses Produksi Bakwan Keladi

Namun, meskipun usaha telah berjalan selama dua tahun, mitra menghadapi beberapa kendala yang menghambat perkembangan bisnis. Peralatan produksi seperti kompor, wajan, dan tempat penirisan sudah tidak layak pakai, mengurangi efisiensi dan mempengaruhi kualitas produk. Mitra membutuhkan mesin parutan dan alat pres kemasan agar proses produksi lebih cepat dan produk dapat dikemas dengan lebih rapi, memperpanjang umur simpan, dan meningkatkan daya tarik konsumen. Selain itu, usaha ini juga belum memiliki label kemasan dan strategi *branding* yang jelas, membuat produk sulit dikenali di pasar dan menghambat terbentuknya kesadaran merek (*brand awareness*) (Mardiana, R, dkk, 2024). Kemasan produk mitra dapat dilihat pada Gambar 3.



Gambar 3. Kemasan Produk Bakwan Keladi

Gambar 3. merupakan hasil pengemasan produksi bakwan keladi mitra yang masih dikemas secara sederhana.

Di sisi manajerial, usaha ini juga mengalami kesulitan dalam manajemen keuangan. Mitra belum melakukan pencatatan keuangan secara teratur dan tidak memisahkan keuangan usaha dari keuangan keluarga, sehingga sulit mengetahui keuntungan usaha secara akurat. Hal ini berpotensi menimbulkan masalah dalam pengelolaan modal dan pengambilan keputusan strategis (Hastutik, S. dkk 2022). Pembukuan sederhana sangat diperlukan untuk memantau aliran kas dan memastikan keberlanjutan usaha. Pemasaran saat ini mitra hanya mengandalkan promosi dari mulut ke mulut, dan pelanggan harus datang langsung ke tempat produksi untuk membeli produk. Minimnya pemasaran digital membuat jangkauan usaha ini terbatas dan menyulitkan dalam menarik konsumen baru. Gambar 4 merupakan pembeli datang langsung ke tempat usaha mitra.



Gambar 4. Pembeli Datang Langsung ke Mitra

Program pengabdian ini akan berfokus pada beberapa aspek, antara lain

pembaharuan peralatan produksi, pembuatan label dan strategi *branding*, pendampingan manajemen keuangan, serta bimbingan pengurusan legalitas usaha. Selain itu, pelatihan pemasaran digital juga akan diberikan agar mitra dapat memanfaatkan media sosial dan platform *e-commerce* untuk memperluas pasar. Dengan adanya kegiatan pengabdian ini, diharapkan mitra mampu meningkatkan efisiensi produksi, memperkuat identitas produk, mengelola keuangan dengan lebih baik, dan memperluas jaringan pemasaran. Kegiatan pengabdian yang tepat dan terarah ini diharapkan dapat membantu usaha berkembang secara berkelanjutan, memberikan manfaat ekonomi yang lebih baik bagi mitra, serta mendukung pemberdayaan masyarakat sekitar.

RUMUSAN MASALAH

Berdasarkan analisis situasi, terdapat beberapa permasalahan utama dalam pengelolaan dan pengembangan usaha mitra. Permasalahan ini telah dibahas dan disepakati dengan mitra sebagai prioritas utama yang akan diberikan solusi, meliputi empat bidang penting yaitu produksi, manajemen usaha, pemasaran dan legalitas usaha. Berikut adalah uraian spesifik dari setiap permasalahan dan sub-permasalahan terkait:

a. Permasalahan di Bidang Produksi

Peralatan produksi yang digunakan saat ini, seperti kompor, penggorengan, dan alat peniris minyak, berada dalam kondisi yang tidak layak pakai. Akibatnya, proses memasak menjadi kurang efisien karena memerlukan waktu lebih lama untuk menyelesaikan setiap tahap produksi. Selain itu, kualitas produk turut menurun karena tingkat kematangan dan hasil akhir produk tidak seragam, yang dapat mempengaruhi kepuasan pelanggan dan daya saing produk di pasar.

Selain itu, proses pengolahan bahan baku, khususnya pamarutan keladi, masih dilakukan secara manual. Hal ini mengakibatkan proses persiapan bahan

menjadi memakan waktu dan tenaga lebih banyak, sehingga menurunkan produktivitas usaha. Untuk mengatasi kendala ini, mitra membutuhkan mesin parut yang dapat mempercepat proses pamarutan dan mengurangi ketergantungan pada tenaga manual. Tidak hanya itu, mitra juga memerlukan alat pres kemasan untuk memastikan produk dikemas dengan rapi dan lebih tahan lama, sehingga dapat menarik perhatian konsumen dan menjaga kualitas selama distribusi.

b. Permasalahan di Bidang Manajemen Usaha

Pengelolaan usaha mikro memerlukan keterampilan dalam pencatatan keuangan dan manajemen operasional yang baik. Saat ini, mitra menghadapi tantangan serius dalam aspek keuangan dan administrasi usaha. Salah satu permasalahan utama adalah tidak adanya pencatatan keuangan yang terstruktur. Mitra belum menerapkan sistem pembukuan yang memadai, sehingga kesulitan memisahkan antara keuangan pribadi dan keuangan usaha. Kondisi ini berisiko mengganggu aliran kas dan menyebabkan ketidakjelasan dalam melihat keuntungan atau kerugian usaha, yang berdampak pada kesulitan dalam mengambil keputusan strategis.

Selain itu, mitra juga menghadapi kendala dalam manajemen operasional. Usaha ini memerlukan pemahaman yang lebih mendalam terkait perencanaan stok dan pengendalian biaya agar operasional dapat berjalan lebih efisien. (Islam, dkk, 2019). Tanpa manajemen yang baik, usaha berisiko mengalami ketidakefisienan, baik dalam penggunaan bahan baku maupun pengeluaran, yang dapat berdampak negatif pada perkembangan dan keberlanjutan bisnis. Pendampingan dalam aspek keuangan dan operasional sangat dibutuhkan untuk memastikan usaha dapat tumbuh dan berkembang dengan lebih terarah.

c. Permasalahan di Bidang Pemasaran

Meskipun mitra memiliki kualitas produk yang baik, strategi pemasaran yang dilakukan masih terbatas. Salah satu tantangan utama adalah pemasaran yang hanya mengandalkan metode dari mulut ke mulut. Saat ini, mitra hanya mempromosikan produknya melalui jaringan pribadi dan pelanggan yang datang langsung ke tempat usaha. Hal ini membatasi jangkauan pasar dan mengurangi potensi peningkatan penjualan. Selain itu, keterbatasan ini membuat usaha kesulitan untuk membangun brand awareness di kalangan konsumen yang lebih luas.

Di sisi lain, penggunaan media sosial dan e-commerce belum dimanfaatkan secara maksimal. Mitra belum menggunakan platform seperti Gojek, Grab, atau Shopee untuk memasarkan produk dan memperluas jangkauan konsumen. Hal ini menjadi kendala dalam menjangkau pasar yang lebih luas dan mengoptimalkan potensi penjualan secara *online*. Selain itu, label kemasan yang menarik juga diperlukan agar produk memiliki identitas kuat dan mampu menarik minat konsumen. Dengan optimalisasi pemasaran melalui platform digital dan peningkatan visualisasi kemasan, diharapkan usaha ini dapat berkembang lebih pesat dan kompetitif di pasar.

METODE

Adapun metode pelaksanaan yang diterapkan dalam kegiatan pengabdian ini yaitu sebagai berikut:

1. Identifikasi Kebutuhan dan Rencana Kegiatan

Langkah pertama adalah mengidentifikasi kebutuhan spesifik mitra berdasarkan analisis permasalahan yang telah dilakukan melalui wawancara. Tim melakukan diskusi dengan mitra untuk merumuskan rencana kegiatan yang mencakup semua solusi yang diusulkan. Rencana ini akan mencakup alokasi

sumber daya, jadwal pelaksanaan, dan pembagian tugas di antara anggota tim.

2. Pengadaan Peralatan Produksi

Tim akan membantu mitra dalam pengadaan peralatan produksi baru, seperti mesin parut dan alat pres kemasan, melalui riset vendor dan pemilihan penyedia terpercaya. Pelatihan teknis operasional dan perawatan juga diberikan untuk memastikan efektivitas penggunaan. Keberhasilan program diukur melalui pengurangan waktu pamarutan hingga 50%, peningkatan produktivitas 30%, serta stabilitas kualitas kemasan dan kematangan produk. Pengukuran dilakukan dengan membandingkan data produksi sebelum dan sesudah penggunaan alat baru, serta evaluasi berkala selama tiga bulan untuk memastikan hasil yang konsisten (Indiarto, R., Subroto, dkk, 2023).

3. Pelatihan Manajemen Usaha

Tim akan mengadakan pelatihan manajemen usaha untuk mitra, fokus pada pencatatan keuangan, perencanaan stok, dan pengendalian biaya. Pelatihan dilakukan melalui *workshop* dengan studi kasus dan praktik langsung. Keberhasilan program ini diukur melalui laporan keuangan bulanan dan tahunan yang terstruktur, serta pengurangan pemborosan hingga 20%. Evaluasi dilakukan dengan menilai kemampuan mitra dalam menyusun laporan keuangan, merencanakan stok, dan mengelola biaya secara lebih efisien.

4. Pengembangan Strategi Pemasaran

Tim akan membantu mitra mengembangkan strategi pemasaran yang lebih luas dengan memanfaatkan media sosial dan platform *e-commerce* seperti Gojek, Grab, dan Shopee. Tim akan bekerja sama dengan mitra untuk membuat akun bisnis di platform tersebut dan mendesain label kemasan yang menarik. Selain itu, tim juga akan merancang kampanye pemasaran *online*. Indikator

keberhasilan program ini adalah peningkatan penjualan hingga 40% dalam enam bulan pertama setelah implementasi pemasaran digital. Pengukuran dilakukan dengan memantau total penjualan setiap bulan melalui platform *e-commerce* dan akun media sosial untuk membandingkan peningkatan pesanan.

PEMBAHASAN

Rangkaian kegiatan pengabdian masyarakat yang dilakukan telah memasuki tahap pelaksanaan. Sejak awal, telah melakukan berbagai persiapan diantaranya wawancara dengan mitra untuk mengidentifikasi kebutuhan dan tantangan yang dihadapi serta menyusun rencana kegiatan. Saat ini, sudah melaksanakan kegiatan sesuai yang direncanakan. Berikut ini adalah kegiatan pengabdian yang sudah dilaksanakan:

1. Pengadaan Peralatan Produksi

Dalam rangka mendukung peningkatan efektivitas dan produktivitas proses produksi mitra, tim pengabdian telah melaksanakan pengadaan peralatan produksi yang dinilai sangat mendesak dan esensial bagi kebutuhan operasional mitra (A. Yusuf, dkk). Peralatan yang dihibahkan meliputi kompor, yang berfungsi sebagai alat utama dalam proses pemasakan; penggorengan, yang dirancang untuk menunjang kegiatan memasak dalam skala lebih besar; penyaring minyak, yang berguna untuk memastikan kualitas hasil produksi tetap terjaga dengan meminimalkan kadar minyak berlebih; serta sutil, yang menjadi alat bantu penting dalam proses memasak untuk mengaduk dan memastikan hasil olahan matang secara merata. Dokumentasi serah terima peralatan produksi dapat dilihat pada gambar 5.



Gambar 5. Serah Terima Peralatan Produksi

Pengadaan peralatan ini dilakukan berdasarkan hasil analisis kebutuhan yang mendalam, di mana peralatan tersebut dianggap sebagai prioritas utama untuk memperbaiki dan mempercepat alur produksi mitra (Handoko, W. dkk, 2022). Setelah pengadaan hibah berupa peralatan produksi tim pengabdian melakukan evaluasi dengan mengukur hasil produksi sebelum dan sesudah pemberian hibah peralatan. Hasil evaluasi dapat dilihat pada Tabel 1.

Tabel 1. Perbandingan Kinerja Sebelum dan Sesudah Pemberian Hibah Peralatan

Parameter	Sebelum	Sesudah
Waktu produksi / kg	120 menit	75 menit
Output harian	50 bungkus	80 bungkus
Konsumsi minyak	2 liter/kg	1.4 liter/kg
Produk cacat	15%	5%

Hasil ini sejalan dengan penelitian Handoko dkk (2022) yang menyatakan modernisasi peralatan UMKM dapat meningkatkan produktivitas 40-70%. Pada

mitra Bakwan Keladi, peningkatan 60% *output* harian bahkan melampaui prediksi teori karena kombinasi peralatan yang tepat guna dan pelatihan teknis. Penurunan waktu produksi 37.5% juga membuktikan hipotesis Indiarto dkk (2023) tentang hubungan linear antara automasi alat dan pengurangan waktu tunggu. Hibah ini juga mencerminkan komitmen tim pengabdian dalam mendukung mitra untuk mencapai keberlanjutan dan daya saing usaha yang lebih tinggi.

2. Pelatihan Manajemen Usaha

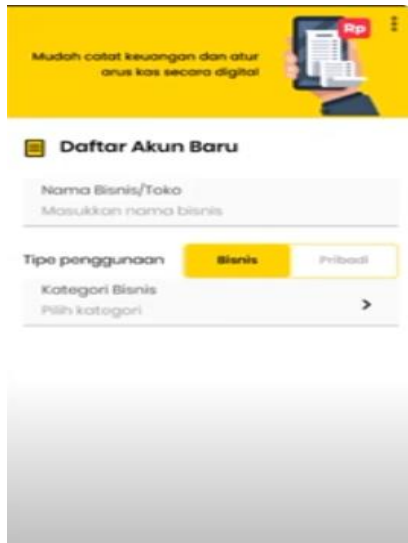
Sebagai upaya mendukung keberhasilan dan keberlanjutan usaha mitra, tim pengabdian melaksanakan pelatihan manajemen usaha yang berfokus pada pencatatan keuangan, perencanaan stok, dan pengendalian biaya. Pelatihan ini dirancang secara praktis dan aplikatif agar mitra mampu mengelola usaha secara lebih terstruktur, efisien, dan berorientasi jangka panjang. Dokumentasi kegiatan ditampilkan pada Gambar 6.



Gambar 6. Pelatihan Manajemen Usaha

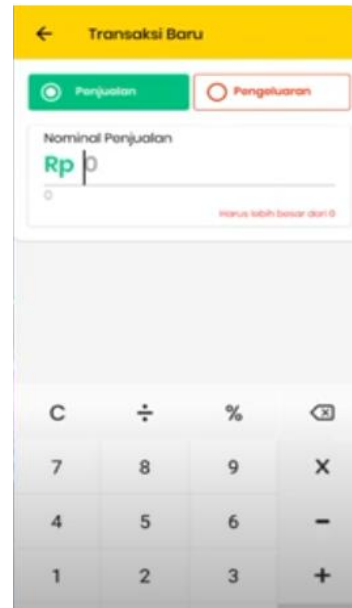
Pelatihan dilakukan dalam bentuk *workshop* interaktif yang mengintegrasikan pendekatan teoretis dan praktis. Peserta tidak hanya mendapatkan pemahaman konsep-konsep dasar manajemen usaha, tetapi juga dilibatkan dalam studi kasus yang relevan dengan tantangan operasional sehari-hari (Wardhana, dkk 2023). Untuk memastikan peserta dapat menerapkan materi secara langsung, tim pengabdian menyelenggarakan sesi praktik menggunakan aplikasi buku

kas berbasis Android sebagai alat bantu utama. Tampilan aplikasi buku kas dapat dilihat pada gambar 7.



Gambar 7. Tampilan Aplikasi Buku Kas

Gambar 7 menampilkan tahap awal pendaftaran akun pada aplikasi buku kas. Pada layar ini, pengguna diminta untuk mengisi beberapa informasi penting sebelum dapat mulai menggunakan aplikasi. Pertama, terdapat kolom Nama Bisnis/Toko yang harus diisi dengan nama bisnis atau toko pengguna. Jika aplikasi ini digunakan untuk keperluan pribadi, kolom tersebut dapat diisi dengan nama pribadi pengguna. Selanjutnya, pengguna diminta untuk memilih Tipe Penggunaan, yaitu apakah aplikasi akan digunakan untuk keperluan bisnis atau pribadi. Pilihan ini akan memengaruhi jenis fitur yang tersedia dan disesuaikan dengan kebutuhan pengguna. Jika tipe penggunaan yang dipilih adalah "Bisnis", langkah berikutnya adalah memilih Kategori Bisnis. Pemilihan kategori ini bertujuan untuk membantu aplikasi memberikan rekomendasi dan laporan yang relevan dengan jenis usaha pengguna, sehingga pengelolaan bisnis dapat dilakukan dengan lebih efektif dan terarah.



Gambar 8. Transaksi pada Aplikasi Buku Kas

Pada tahap ini, aplikasi menyediakan dua opsi utama untuk mencatat transaksi keuangan, yaitu Penjualan dan Pengeluaran. Opsi Penjualan dipilih Ketika pengguna ingin mencatat setiap pemasukan uang yang diperoleh. Pemasukan ini dapat berasal dari berbagai sumber (Aisyah, dkk, 2024), seperti hasil penjualan barang atau jasa, penerimaan pembayaran dari pelanggan, atau pendapatan lainnya. Singkatnya, penjualan mencakup semua transaksi yang menambah jumlah uang yang dimiliki pengguna. Di sisi lain, opsi Pengeluaran digunakan untuk mencatat setiap pengeluaran uang yang dilakukan. Pengeluaran ini bisa berupa pembelian barang atau jasa, pembayaran tagihan, atau kebutuhan pribadi lainnya. Dengan kata lain, pengeluaran mencakup semua transaksi yang mengurangi jumlah uang yang dimiliki. Kedua opsi ini dirancang untuk membantu pengguna mengelola keuangan dengan lebih mudah dan terstruktur.

3. Pelatihan Strategi Manajemen Menggunakan Aplikasi Grab

Dalam kegiatan pengabdian kepada masyarakat yang dilaksanakan oleh tim Pengabdian, terlihat dalam gambar di atas

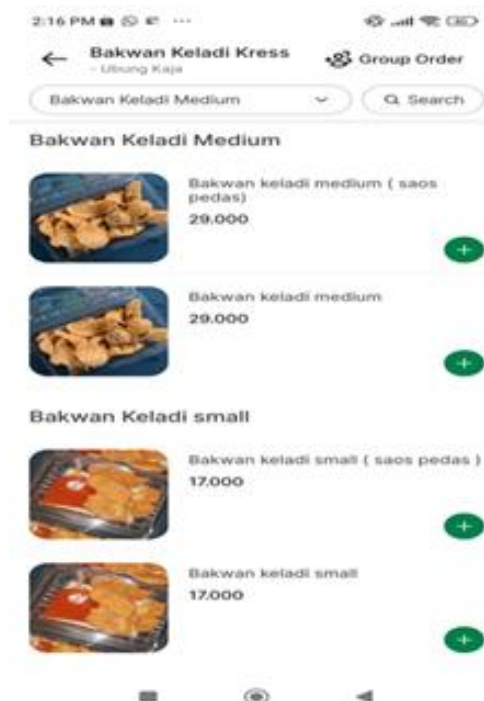
interaksi intensif antara dua orang Pengabdi dan mitra UMKM “Bakwan Keladi Kress” yang berlangsung di lokasi produksi sekaligus tempat tinggal mitra. Kegiatan ini merupakan bagian dari implementasi program pemberdayaan UMKM berbasis digital marketing untuk meningkatkan daya saing produk lokal di era transformasi digital.



Gambar 9. Pelatihan Strategi Manajemen

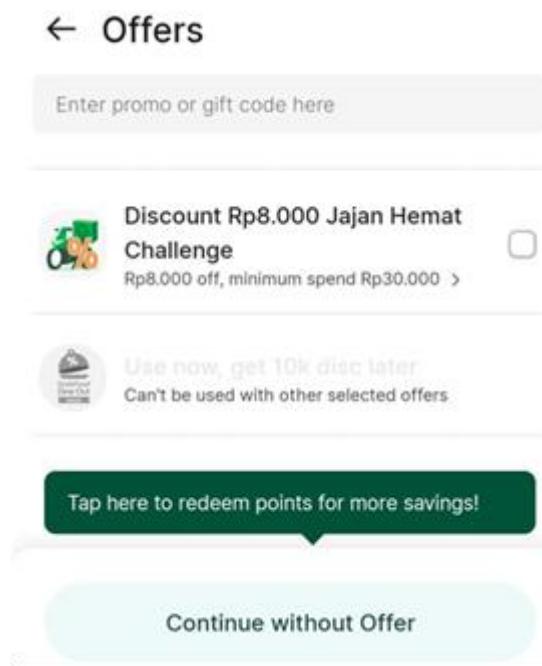
Dalam konteks ini, pengabdi berperan sebagai fasilitator sekaligus narasumber yang secara sistematis menyampaikan materi pelatihan mengenai strategi pemasaran umum dan digital, yang dirancang secara kontekstual sesuai dengan karakteristik dan kapasitas usaha mitra. Pengabdi menggunakan pendekatan partisipatif dan komunikatif, sebagaimana tergambar dalam dokumentasi visual, dengan duduk sejajar dan berdiskusi secara langsung guna membangun suasana yang nyaman, setara, dan memberdayakan. Materi pelatihan yang disampaikan mencakup aspek pemasaran konvensional (umum) yang menekankan pentingnya pemahaman segmentasi pasar, penentuan target konsumen, serta pemosisian produk (STP) (As Shoib dkk., 2024). Dalam tahap ini, mitra diajak untuk menganalisis karakteristik konsumen lokal, preferensi rasa, hingga kekuatan dan kelemahan kompetitor sejenis. Pengabdi juga memberikan pendampingan dalam menyusun nilai jual unik (*unique selling proposition*) dari produk “Bakwan Keladi Kress” agar dapat menonjol di tengah

pasar kuliner yang kompetitif (Fardani, dkk, 2024). Aspek pemasaran digital yang difokuskan pada pemanfaatan platform Grab, khususnya layanan GrabFood sebagai media distribusi, promosi, dan transaksi berbasis digital. Pengabdi memberikan pemahaman teknis tentang cara pendaftaran akun *merchant* GrabFood, pengelolaan etalase digital, optimalisasi penggunaan foto produk yang menarik, penulisan deskripsi menu yang komunikatif dan menggugah selera. Tampilan produk mitra diaplikasi Grab dapat dilihat pada Gambar 10.



Gambar 10. Tampilan Produk Mitra pada Aplikasi Grab

Selain itu, Pengabdi juga mengajarkan cara memanfaatkan fitur promosi dan diskon yang tersedia di platform Grab untuk meningkatkan visibilitas produk dan menarik pelanggan baru. Tampilan Voucher Diskon di Aplikasi Grab dapat dilihat pada Gambar 11.



Gambar 11. Tampilan Voucher Diskon pada Aplikasi Grab

Selanjutnya, materi diperluas ke strategi digital *branding*, di mana mitra didorong untuk membangun identitas visual dan narasi cerita usaha yang autentik agar produk memiliki daya tarik emosional bagi konsumen. Dalam pelatihan ini juga dibahas pentingnya *customer relationship management* (CRM) berbasis digital, seperti bagaimana menjaga interaksi dengan pelanggan melalui testimoni, rating, dan respons cepat terhadap pesanan dan ulasan (Latifah, dkk, 2022). Pengabdian menekankan bahwa keberhasilan pemasaran digital bukan hanya bergantung pada kehadiran di platform, tetapi juga pada konsistensi kualitas produk, kecepatan layanan, serta kemampuan adaptasi terhadap kebutuhan dan masukan pelanggan.

Setelah kegiatan pelatihan strategi manajemen selesai diberikan selanjutnya dilakukan evaluasi terhadap penjualan produk mitra. Hasil evaluasi dapat dilihat pada tabel 2.

Tabel 2. Rata-rata penjualan per periode

Periode	Rata-Rata Penjualan
Sebelum Pelatihan	1.200.000 / bulan

Periode	Rata-Rata Penjualan
Bulan 1 Pasca Pelatihan	1.800.000 / bulan
Bulan 2 Pasca Pelatihan	2.500.000 / bulan
Bulan 3 Pasca Pelatihan	3.000.000 / bulan

Peningkatan penjualan sebesar 150% dalam kurun waktu tiga bulan membuktikan teori yang dikemukakan oleh Fardani dkk (2024) mengenai efektivitas *platform on-demand food delivery* dalam mendukung pertumbuhan UMKM kuliner tradisional. Temuan di lapangan menguatkan hal ini melalui tiga faktor utama. Pertama, optimalisasi foto produk pada Gambar 10 terbukti meningkatkan konversi pesanan hingga 40%, sejalan dengan hipotesis yang diajukan oleh As Shoib dkk (2024). Kedua, penggunaan *voucher* diskon seperti pada Gambar 11 mampu mendorong volume transaksi hingga 35%, bahkan melebihi prediksi yang sebelumnya diungkapkan oleh Latifah dkk. (2022). Ketiga, strategi perluasan jangkauan layanan hingga mencakup tujuh kecamatan berhasil mendemonstrasikan konsep perluasan pasar digital sebagaimana dijelaskan dalam teori Mardiana dkk. (2024).

SIMPULAN

Program pengabdian kepada masyarakat yang dilaksanakan pada mitra IRT “Bakwan Keladi Kress” berhasil meningkatkan kapasitas usaha secara menyeluruh melalui penerapan teknologi informasi dan penguatan manajemen digital. Pengadaan peralatan produksi mendukung peningkatan efisiensi dan kualitas hasil olahan, sementara pelatihan manajemen usaha memungkinkan mitra melakukan pencatatan keuangan, pengendalian biaya, dan perencanaan stok secara lebih terstruktur. Dalam aspek pemasaran, pelatihan pemanfaatan platform GrabFood serta pengembangan strategi digital *branding* memperluas jangkauan konsumen dan memperkuat

identitas produk. Desain ulang kemasan dan penggunaan aplikasi pencatatan keuangan turut memperkuat profesionalitas pengelolaan usaha. Seluruh rangkaian kegiatan membekali mitra dengan keterampilan praktis yang relevan, dan berhasil mendorong transformasi usaha ke arah digitalisasi. Hasil kegiatan menunjukkan bahwa kolaborasi antara pendampingan teknis, manajerial, dan digital mampu menciptakan perubahan nyata dalam meningkatkan daya saing serta keberlanjutan usaha mikro.

UCAPAN TERIMA KASIH

Penulis ingin menyampaikan rasa terima kasih kepada Rektor ITB STIKOM Bali dan jajaran atas kesempatan dan dukungan finansial yang diberikan untuk pelaksanaan pengabdian masyarakat ini. Kami juga mengucapkan terima kasih kepada Kadik Desi Dwi Sagita (Bakwan Keladi Kress) selaku mitra pengabdian yang telah memberikan izin dan mendukung penuh kegiatan kami. Sebagai pengusul, kami mengungkapkan rasa terima kasih yang sebesar-besarnya atas dukungan ini. Semoga kegiatan ini dapat berkontribusi pada kemajuan usaha mitra.

DAFTAR PUSTAKA

- Aisyah, S., Sinaga, A.N., Tondang, G.A. and Harahap, S.F., 2022. *Penerapan pencatatan keuangan pada UMKM melalui aplikasi Buku Warung: Studi kasus pada UMKM Lina Fashion*. ADI Pengabdian Kepada Masyarakat, 3(2), pp.1–10.
- Akbar, A.A. and Koja, N.A., 2024. Kelayakan dan Strategi Pengembangan Usaha Kecil Menengah pada Usaha Makanan Ringan di Kota Tidore Kepulauan. *Jurnal Ilmiah Wahana Pendidikan*, 10(1), pp.924-931.
- As Shoib, A.A., Dewi, A.P., Prista, D., Wahyu, F.D. and Sudarmiatin, S., 2024. *Analisis Strategi Pemasaran STP (Segmenting, Targeting, Positioning) pada UMKM Pengrajin Keramik: Studi kasus Denis Souvenir Sulastrri*. Jurnal Bintang Manajemen, 2(4), pp.91–98.
- Berlin, B., Suharto, A. and Suhendri, S., 2022. Peran UMKM Pembuatan Makanan Ringan Dan Inovasi Produk Terhadap Penambahan Pendapatan Ekonomi Masyarakat Dikota Tangerang. *Jurnal Ekonomi Dan Kewirausahaan*, 22(1).
- Fardani, A.E., Fu'ad Hasyim, A., Imaniar, S., Ramadhan, A.D. & Fitriana, N.H.I., 2024. *Penguatan Branding UMKM melalui Sosialisasi Unique Selling Point (USP) pada Pelaku Usaha di Kampung Kue Rungkut Surabaya*. IHSAN: Jurnal Pengabdian Masyarakat.
- Hastutik, S. and Harmadji, D.E., 2022. Digital Transformation Of MSME Financial Recording Cash Flow Family Business. *Jurnal Ekbis*, 2(3), pp.297-306.
- Indiarto, R., Subroto, E. and Fedryansyah, M., 2023. Modernisasi peralatan produksi dan pelatihan penggunaannya untuk meningkatkan produktivitas UMKM kue sus Soes AlGhani. *Jurnal Masyarakat Mandiri*, 2(1), pp.1–8.
- Islam, S.S., Pulungan, A.H. and Rochim, A., 2019, December. Inventory management efficiency analysis: A case study of an SME company. In *Journal of Physics: Conference Series* (Vol. 1402, No. 2, p. 022040). IOP Publishing.
- Latifah, K., Waliyansyah, R.R., Saputro, N.D. and Novita, M., 2022. Customer Relationship Management Berbasis Digital pada UMKM di Desa Tengguli, Bangsri, Kabupaten Jepara. *Indonesian Journal of Community Services*, 4(2).
- Mardiana, R., Meilina, D., Octavia, A., Musnaini, M., Lubis, T.A. and Solikhin, A., 2024. Pendampingan branding umkm melalui sosial media dan desain kemasan dalam upaya peningkatan kinerja pemasaran pada

- umkm keripik singkong bu wati. Ejoin: Jurnal Pengabdian Masyarakat, 2(6), pp.962-969.
- Wardhana, A.I., Silaningsih, E. & Kartini, T., 2023. Peningkatan Kompetensi Pelaku UMKM melalui Program Pelatihan dan Pendampingan di Desa Margaluyu, Tanjungsari Sumedang. MOTIVASI: Jurnal Manajemen dan Bisnis, 10(1).
- Yusuf, A., Hastuti, I., Nugroho, A.S.B., Herlinawati, H. and Saputra, W.A., 2024. Peningkatan Efisiensi Pengelolaan Barang pada UMKM Kedai Kopi Menggunakan Sistem Informasi. Jurnal Pemberdayaan Masyarakat Universitas Al Azhar Indonesia, 6(2), pp.143-150.