

Pelatihan Peningkatan Manajemen Keuangan Dan Digital Marketing Pada UMKM Tape Cipta Rasa Jember

Dewi Kurniawati^{1*}, Wenny Dhamayanthi¹, Oktanita Jaya Anggraeni¹, Sri Sundari¹, Andi Muhammad Ismail¹

¹ Politeknik Negeri Jember, *dewi_kurniawati@polije.ac.id*

Keywords:

Financial Management,
Digital Marketing,
UMKM

ABSTRACT

UMKM Tape Brand Cipta Rasa was established in 2010. In financial management, it has not been done properly and does not have a label on its cassava tape product. Seeing this, it is necessary to provide Financial Management and Digital Marketing training so that it can increase the sales volume of this Cipta Rasa brand tape. This method is carried out in 4 stages; survey, provision of materials, practice and tutorials and post-training monitoring. The results of financial training for this partner are that UMKM Tape Brand Cipta Rasa has been able to make financial reports in January and February 2025 and this business has a label on this UMKM Tape Cipta Rasa product business. It is hoped that this UMKM will continue to report financial records in its business so that it can be used in activities, especially for submitting business capital.

Kata Kunci:

Manajemen Keuangan,
Digital Marketing,
UMKM

ABSTRAK

UMKM Tape Merek Cipta Rasa berdiri sejak 2010. Dalam pengelolaan keuangan masih belum dilakukan secara tepat dan belum mempunyai label pada produk tape singkongnya. Melihat hal tersebut maka perlunya diberikan pelatihan Manajemen Keuangan dan Digital Marketing sehingga dapat meningkatkan volume penjualan tape merek Cipta Rasa ini. Metode ini dilakukan menjadi 4 tahapan; survei, pemberian materi, praktek dan tutorial dan monitoring pasca pelatihan. Hasil pelatihan keuangan pada mitra ini adalah UMKM Tape Merek Cipta Rasa telah mampu membuat laporan keuangan pada bulan Januari dan Februari 2025 serta usaha ini telah memiliki label pada usaha produk UMKM Tape Cipta Rasa ini. Diharapkan UMKM ini terus melakukan pelaporan pencatatan keuangan pada usahanya agar dapat dimanfaatkan pada kegiatan khususnya untuk pengajuan modal usaha.

Korespondensi Penulis (*):

Dewi Kurniawati,
Politeknik Negeri Jember, Jl. Mastrip PO BOX 164 Jember
Telepon: +6281456105948
Email: *dewi_kurniawati@polije.ac.id*

Submitted: 26-05-2025; Accepted: 30-05 -2025; Published: 09-06-2025

Copyright (c) 2025 by Author (s). This article is distributed under a Creative Commons Attribution-ShareAlike 4.0 International License (CC BY-SA 4.0)

1. PENDAHULUAN

Usaha Mikro Kecil dan Menengah (UMKM) merupakan salah satu penggerak dalam roda perekonomian Indonesia. Data BPS Jawa Timur 2018, jumlah UKM di Jember 647.416 dan menjadi kota UKM terbesar nomor satu di Jawa Timur [1]. Berdasarkan data tersebut maka Jember menjadi Icon UMKM di Jawa Timur. UMKM di Jember merupakan upaya pemerintah daerah/lokal agar perekonomian di Jember meningkat secara signifikan. UMKM di Jember banyak mengangkat produk unggulan Jember, salah satunya adalah produk Tape Singkong.

Tape singkong adalah produk hasil fermentasi yang memiliki rasa manis, sedikit asam yang alkohol dengan kadar sedikit dan berair [2]. Tape merupakan salah satu produk unggulan makanan di Kabupaten Jember. Salah satu UMKM yang berkembang adalah UMKM Merek

Tape Cipta Rasa. UMKM Merek Cipta Rasa berdiri sejak 2010 dengan pemilik pertama adalah bapak Samsul. Sejak tahun 2023 usaha UMKM tape Merek Cipta Rasa di kelola oleh putrinya yang bernama Iswahyuni dipanggil dengan Mbak Is. Walaupun saat ini dikelola oleh keturunan kedua yang masih berusia 24 tahun tetapi dalam pengelolaan UMKM secara keluarga dengan tradisional. Disebut secara kekeluargaan karena semua tenaga kerjanya berasal dari keluarga baik keluarga inti. Disebut secara tradisional karena dari segi pengelolaan usaha baik keuangan dan pemasarannya masih sangat sederhana. UMKM Tape Cipta Rasa ini dalam pengelolaan keuangan belum dilakukan secara benar dan tepat. Pelaporan keuangan yang dilakukan hanya menyimpan di laci atau di tempel di tembok rumah semua nota-nota pembelian dan penjualan tape sehingga UMKM Tape Merek Cipta Rasa belum melakukan pembukuan baik pengeluaran dan pemasukan pada setiap transaksi nya. Terkadang juga nota-nota pembelian barang baku/lainnya dan penjualan hilang karena kurangnya mengarsipkan nota-nota tersebut. Pemasaran yang dilakukan UMKM Tape Merek Cipta Rasa masih dari mulut ke mulut. Saat ini yang dibutuhkan oleh UMKM agar produk di kenal dan menarik konsumen maka diperlukan pemasaran digital marketing.

Setiap aktivitas perlu adanya pengetahuan pentingnya akuntansi dan pelaporan keuangan agar dapat mengetahui pengeluaran [3]. Dan Pengelolaan transaksi keuangan yang baik dan efisiensi adalah dasar kesuksesan dalam menjaga stabilitas keuangan di berbagai organisasi [4]. Dengan pengelolaan keuangan yang benar maka akan mengurangi kesalahan dalam perhitungan dan kelalaian pengelola usaha dalam menghitung pengeluaran dan menghitung penerimaan dalam usahanya. Pengelolaan arus kas yang baik sangat penting untuk memastikan stabilitas keuangan dan keberlangsungan usaha [5]. Berikut data pengeluaran UMKM Tape Merek Cipta Rasa

Tabel 1. Pengeluaran UMKM pada bulan Januari 2025

No	Item Pengeluaran	Nominal Pengeluaran (Rp)
1	Biaya pembelian bahan baku singkong (70 kg x Rp 5.000)	350.000
2	Biaya ragi ketan	96.000
3	Biaya pembelian daun pisang	40.000
4	Biaya pembelian gas 3 tungku x Rp.20.000	60.000
5	Biaya listrik/hari produksi (Jam 6 sampai 11 WIB)	8.000
6	Biaya angkut singkong per/angkut	50.0000
7	Biaya tenaga kerja produksi (5 orang x Rp. 35.000)	175.000
8	Biaya sticker	60.000

Sumber: Data primer olah, 2025

Aktiva tetap yang dimiliki oleh UMKM Cipta Rasa adalah lancarnya adalah: kompor, gas elpiji, timbangan berdiri, kipas angin, timbangan kecil, kursi dan meja produksi, mobil pick-up. Warung sebatu yang merupakan usaha kecil memperoleh manfaat adanya pelatihan dan pendampingan kegiatan ini dalam laporan keuangan sederhana usahanya [6]. Pemasaran produk UMKM Tape Cipta Rasa dilakukan secara manual, masih dari mulut ke mulut, sehingga perlunya pengetahuan dan keterampilan dalam mempromosikan produk Tape Cipta Rasa sehingga mampu berdaya saing sesama produk sejenis. Selain itu perlunya label pada produk

usaha. Definisi dan fungsi label produk dapat dipahami melalui kontennya. Pada dasarnya, label berfungsi sebagai informasi krusial yang terdapat pada produk [7].

2. METODE

Kegiatan ini dilakukan pada bulan Februari 2025 sampai Maret 2025 yang dilakukan oleh Tim Penulis diatas. Tempat kegiatan: UMKM Tape Merek Cipta Rasa Kecamatan Arjasa Kabupaten Jember. Dalam laporan keuangan paling tidak memuat beberapa poin, seperti neraca dan laporan arus kas [8].

Tahap dalam pelaksanaan ini adalah:

Tahap pertama: Diskusi dengan mitra untuk melihat permasalahan dan memberikan solusi khususnya dalam pelaporan setiap transaksi pengeluaran dan penerimaan penjualan Tape Singkong Merek Cipta Rasa. Dan diskusi tentang pemasaran yang telah dilakukan oleh mitra. Bentuk diskusi tersebut masuk dalam aktivitas survei ke lapang.

Tahap kedua: Memberikan materi untuk memberikan pengetahuan tentang bagaimana penyusunan transaksi keuangan yang dimasukan dalam laporan keuangan sederhana. Materi pelatihan berupa: neraca dan laporan arus kas. Neraca berupa aset yang dimiliki UMKM ini, utang jangka pendek dan jangka panjang UMKM ini serta ekuitas dalam suatu periode tertentu. Laporan arus kas meliputi: piutang pihak patern kerja mitra yang membeli tape merek Cipta Rasa. Persediaan barang UMKM ini, kas atau modal UMKM ini berapa, serta aktiva tetap berupa barang-barang berupa kursi, peralatan perlengkapan produksi UMKM Merek Cipta Rasa ini. Selanjutnya materi Laporan arus kas mencantumkan seluruh laporan keuangan mulai dari saldo, aktivitas penerimaan, dan aktivitas pengeluaran yang telah terjadi selama satu periode atau satu bulan UMKM Merek Cipta Rasa ini.

Selain permasalahan. pelaporan keuangan, UMKM Tape Cipta Rasa juga belum melakukan pemasaran secara baik.

Tahap ketiga: Praktik dan tutorial dalam mencatat transaksi yang semula dalam bentuk nota-nota pembelian yang dilakukan UMKM ini dan memasukan nota hasil penjualan kedalam laporan keuangan sederhana. Dalam praktik ini memberikan contoh-contoh transaksi yang dimasukan dalam penerimaan dan memberikan pengetahuan berupa contoh-contoh transaksi penerimaan yang biasanya dilakukan oleh para pelaku UMKM dalam laporannya. Memberikan materi tentang digital marketing pada produk UMKM Tape Cipta Rasa. Selain itu kami membuat label untuk mitra ini yaitu berupa label untuk kemasan produk UMKM Tape Cipta Rasa ini.

Tahap keempat: Melakukan monitoring, apakah pelaku UMKM Merek Cipta Rasa dapat melakukan membuat pelaporan keuangan dengan benar dan tepat. Monitoring dilakukan sebulan 2 kali yaitu ada awal bulan dan pertengahan bulan. Hasil monitoring 1 adalah pelaku usaha ini sudah melakukan pencatatan setiap aktivitas baik pengeluaran dan penerimaan yang dilakukan oleh UMKM ini kedalam jurnal keuangan. Hasil monitoring pada digital marketing adalah membuat label pada produk UMKM tape Cipta Rasa Ini.

3. HASIL DAN PEMBAHASAN

HASIL

Hasil kegiatan Pelatihan Pelaporan keuangan pada UMKM Tape Merek Cipta Rasa berikut yang dilakukan tim pelaksana pengabdian kepada masyarakat Politeknik Negeri Jember berikut ini:

A. Peningkatan Pengetahuan

Pelaku usaha UMKM dapat meningkatkan pengetahuan bagaimana penyusunan laporan keuangan sederhana yang sesuai UMKM ini. Pengetahuan yang dimaksud memahami jenis laporan yang disiapkan dalam laporan keuangan: mulai adanya kas masuk, modal yang ada, aset yang dimiliki, persediaan yang dimiliki dan semua transaksi keuangan yang telah dilakukan oleh UMKM ini.

B. Peningkatan Keterampilan

Pelaku usaha UMKM dapat meningkatkan keterampilan bagaimana penyusunan laporan keuangan sederhana yang sesuai UMKM ini. Misalnya pembelian bahan mentah dimasukkan dalam aktivitas pengeluaran dan dicatat di kredit. Aktivitas hasil penjualan tape dimasukkan dalam aktivitas penerimaan dan dimasukkan dalam kolom debit. Setelah dipilah aktivitas debit dan kredit maka akan didapatkan selisih transaksi. Adapun hasil kegiatan pengabdian masyarakat pada UMKM Cipta Rasa berikut ini.

C. Perubahan Sikap

Sikap pelaku UMKM setelah pendampingan adalah menjadi sadar begitu pentingnya dalam melakukan pencatatan transaksi pengeluaran dan penerimaan. Setiap hari sudah melakukan pencatatan transaksi ke dalam buku besar keuangan.

Tabel 2. Hasil Kegiatan Pengabdian pada Pelatihan Pelaporan Keuangan Sederhana
UMKM Tape Cipta Rasa

Aspek Pengembangan	Sebelum Pendampingan	Setelah Pendampingan
Perubahan pengetahuan penyusunan pelaporan keuangan sederhana	Rendah dalam pengetahuan penyusunan pelaporan keuangan sederhana	Peningkatan pengetahuan dalam penyusunan pelaporan keuangan sederhana
Perubahan keterampilan penyusunan pelaporan keuangan sederhana	Rendah dalam pengetahuan keterampilan penyusunan pelaporan keuangan sederhana	Peningkatan dalam keterampilan penyusunan pelaporan keuangan sederhana
Perubahan sikap penyusunan pelaporan keuangan sederhana	Rendah dalam penyusunan pelaporan keuangan sederhana	Peningkatan dalam sikap dalam penyusunan pelaporan keuangan sederhana

Hasil Tabel 2, diatas dapat dijelaskan bahwa adanya perubahan pengetahuan, keterampilan dan sikap para pelaku UMKM Cipta Rasa dalam pelaporan keuangannya. Sebelum pendampingan masih rendah pengetahuan penyusunan pelaporan keuangan sederhana dan setelah pendampingan terjadi peningkatan dalam penyusunan pelaporan keuangan sederhana. Serta terjadi peningkatan dalam keterampilan penyusunan pelaporan keuangan sederhana. Dalam hal sikap pelaku UMKM setelah adanya transaksi melakukan pencatatan ada buku besar pembelian dengan data dukung nota-nota transaksi.

UMKM Tape Merek Cipta Rasa ini telah pencatatan transaksi kegiatan dalam bentuk laporan keuangan Kas tahun 2025. Adapun laporana keuangan yang telah dibuat oleh pelaku UMKM berikut ini:



Gambar 1. Pelatihan Manajemen Keuangan dan Digital Marketing

Bulan Januari 2025

Minggu 1		
Pembelian bahan-bahan		
Hari 1	100 x 15.000	= 1.500.000
Hari 2	100 x 15.000	= 1.500.000
Hari 3	100 x 15.000	= 1.500.000
Hari 4	150 x 15.000	= 2.250.000
Hari 5	150 x 15.000	= 2.250.000
Hari 6	100 x 15.000	= 1.500.000
Hari 7	100 x 15.000	= 1.500.000
		Total pembelian 12.000.000
Pengeluaran		
Pembelian barang	50 kg x 7 x 3.000	= 1.050.000
Pembelian barang	5 kg x 10.000	= 50.000
Pengeluaran		
Bahan produksi	5 kg x 7 x 25.000	= 875.000
Bahan pengemasan	2 kg x 7 x 15.000	= 210.000
Bahan pengemasan	1 kg x 7 x 7.000	= 49.000
Bahan produksi	2 x 7 x 20.000	= 280.000
Fotokopi	800 x 2.000	= 1.600.000
Dan lain-lain		200.000
Kertas cetak	8 pak x 20.000	= 160.000
		Total pengeluaran 4.774.000
		- Laba 7.226.000

Gambar 2. Buku Besar keuangan UMKM Cipta Rasa Bulan Januari 2025

PEMBAHASAN

Tantangan dalam pengelolaan usaha skala UMKM adalah masih banyaknya pelaku UMKM yang belum banyak memahami pentingnya pengelolaan keuangan dalam usahanya. Laporan keuangan sederhana selain bermanfaat bagi UMKM untuk mengetahui arus penerimaan dan arus pengeluaran dalam usahanya juga dapat bermanfaat bagi UMKM ini untuk pengajuan modal usaha misalnya perbankan atau badan lembaga keuangan lainnya [3]. Modal usaha dapat meningkatkan perkembangan usaha tape ini sehingga jumlah produksinya meningkat dan pada akhirnya meningkatkan pendapatan pelaku usaha UMKM Tape ini. Sehingga dapat diartikan pelatihan penyusunan laporan keuangan sederhana untuk UMKM Tape Merek Cipta Rasa berhasil meningkatkan pengetahuan, keterampilan pada pelaku usaha UMKM tape ini.

Selain itu masih terdapat pelaku usaha skala UMKM belum memahami pentingnya pembuatan label pada produk usahanya juga penting. Pelabelan pada produknya agar produk yang dihasilkan mudah dikenal dan tidak mempunyai ciri khas dari produknya sehingga sulit di tiru oleh pesaing. UMKM Tape Cipta Rasa ini telah memiliki label dalam produknya, telah memasang papan nama di depan rumahnya yang berisikan usaha produknya, UMKM ini telah menambah target pasar yang semula hanya para konsumen daerah Jember, saat ini target

pasarnya sampai dikirimkan ke luar kota Jember. Digital marketing yang didukung dengan peningkatan kualitas produk dan manajemen keuangan yang efektif mampu meningkatkan daya saing UMKM secara signifikan [9].



Gambar 3. Kegiatan Pengemasan Produk Tape Singkong Merek Cipta Rasa



Gambar 4. Label Tape Singkong Merek Cipta Rasa

Label dapat ditempelkan langsung pada produk pangan atau menjadi bagian dari kemasannya [10]. Lebih lanjut, terdapat beberapa tipe label dengan pengertian yang spesifik, antara lain: Label Produk: Bagiannya kemasan suatu produk yang memberikan informasi terkait produknya atau penjualan produknya. Label Merek: Nama mereknya yang ditempatkan pada kemasan produk untuk mengidentifikasi merek tersebut. Merek Tape ini diberikan nama Cipta Rasa karena menurut pelaku usaha ini bahwa rasa Tape singkong miliknya mampu menimbulkan rasa enak sehingga konsumen akan merasa ketagihan makan tape dengan merek cipta rasa ini.

UMKM ini dalam proses produksinya telah menggunakan APD sehingga produk yang dihasilkan higienis dan bermutu sehat [11]. Tetapi kelemahan Tape UMKM Cipta Rasa ini belum mempunyai label dalam kemasan beseknya. Pelatihan pembuatan label maupun hal lain yang dapat memajukan UMKM pangan karena produk dapat dikenal oleh masyarakat sebagai konsumen [12].

Menurut BPOM pembuatan label telah menampilkan kriteria wajib berdasarkan pedoman literatur BPOM sebelumnya [13]. Kriteria wajib tersebut antara lain:

- Nama produk Nama produk dalam label terbagi menjadi dua, yakni nama dagang dan merek dagang. Nama dagang dari label tersebut yaitu Tape Singkong Cipta Rasa, sedangkan merek dagangnya yaitu "Cipta Rasa".
- Daftar bahan yang digunakan Penulisan daftar bahan menggunakan kata komposisi, pada

label tersebut diketahui bahwa komposisi produk terdiri dari singkong dan ragi tape. Urutan komposisi berdasarkan jumlah bahan yang digunakan dalam produk.

- c. Berat bersih atau isi bersih Produk yang dijual UMKM Cipta memiliki berat bersih yang sama yaitu 250 gram.

Label dapat diartikan sebagai salah satu komponen produk yang mengandung informasi verbal tentang produk atau penjualnya dan sebagai media promosi sehingga dapat meningkatkan volume penjualan [14]. Dalam pembuatan Desain grafis di label dan kemasan dibutuhkan kontak pribadi pelaku usaha [15].

KESIMPULAN

1. Program pengabdian kepada masyarakat dengan kelompok sasaran adalah pelaku usaha UMKM Tape Merek Cipta Rasa melalui pelatihan peningkatan tata kelola keuangan melalui penyusunan laporan keuangan UMKM dapat meningkatkan pengetahuan, keterampilan dan dapat di terapkan secara riil pada UMKM Tape Cipta Rasa ini. Serta UMKM ini telah memiliki Label pada produk Tapenya.
2. Hasil pengabdian kepada masyarakat ini adalah diharapkan pelaku usaha UMKM Tape Merek Cipta Rasa terus berkelanjutan melakukan pencatatan keuangan sederhana agar memudahkan dalam pemilihan keperluan untuk konsumsi pribadi dan keperluan peningkatan usaha sehingga usaha dapat berkembang sesuai harapan pelaku usaha.

REFERENSI

- [1] Badan P. Statistik, *Statistik Indonesia*. 2018. [Online]. Available: <https://www.bps.go.id/id/publication/2018/07/03/5a963c1ea9b0fed6497d0845/statistik-indonesia-2018.html>
- [2] H. Syarumsyah, H. Alhafidz, and M. Marwati, "Karakteristik organoleptik dan kimia tape singkong (*Manihot esculenta*) varietas mentega dengan pra-perlakuan perendaman dalam sari buah nangka (*Artocarpus heterophyllus*)," *J. Trop. AgriFood*, vol. 2, no. 2, p. 90, Jul. 2021, doi: 10.35941/jtaf.2.2.2020.4121.90-96.
- [3] N. Kesuma, A. Nurullah, and E. Meirawati, "Pendampingan Pencatatan dan Pembukuan Sederhana bagi Orang Pribadi sebagai Pelaku Usaha di Kelurahan Talang Jambe, Kota Palembang," *Sricommerce J. Sriwij. Community Serv.*, vol. 1, no. 2, pp. 101–106, Oct. 2020, doi: 10.29259/jscs.v1i2.18.
- [4] J. Juntiah, K. Khairunisa, H. Husni, and K. P. Kusdarwanto, "Pelatihan Manajemen Keuangan dan Pentingnya Pengelolaan Transaksi Keuangan pada Umkm Pondok Pesantren Assyifa Kecamatan Parung Bogor," *RENATA J. Pengabdi. Masy. Kita Semua*, vol. 2, no. 3, Oct. 2024, doi: 10.61124/1.renata.75.
- [5] E. Sutrisno, *Manajemen Keuangan*, Revisi. Prenadamedia Group.
- [6] N. W. T. Widyari, N. L. P. Sariyani, and D. M. Sukarnasih, "PELATIHAN DAN PENDAMPINGAN PEMBUATAN LAPORAN KEUANGAN SEDERHANA DI WARUNG SEBATU," *Kumawula J. Pengabdi. Kpd. Masy.*, vol. 5, no. 1, p. 18, Apr. 2022, doi: 10.24198/kumawula.v5i1.35392.
- [7] A. Shinta, *Manajemen Pemasaran*. Malang: UB Press, 2011. [Online]. Available: books.google.co.id

-
- [8] O. Ardhiarisca, D. Kurniawati, W. Dhamayanthi, R. roro Chairina, and F. Pratama, "Peningkatan Tata Kelola Keuangan Dan Pelatihan Hidroponik Tanaman Toga Pada Pengurus Rukun Warga 16 Perumahan Tegal Besar Permai II Jember," *J Din.*, vol. 2,0.
- [9] R. A. Putrie, H. Nainggolan, and B. Mardhotillah, "PENDAMPINGAN MANAJEMEN UMKM MELALUI DIGITAL MARKETING UNTUK MENINGKATKAN DAYA SAING KUALITAS PRODUK," no. 2, 2025.
- [10] D. Sunyoto, *Dasar Dasar Manajemen Pemasaran: konsep strategi dan kasus*, vol. 1. Yogyakarta: CAPS.
- [11] D. Kurniawati, W. Dhamayanthi, N. Retnowati, and A. M. Ismail, "Pelatihan Penerapan Keselamatan dan Kesehatan Kerja (K3) dan Sanitasi Pengolahan Produk di PT Tewil Sejahtera Indonesia Kabupaten Jember".
- [12] H. Munarko and D. Dewantara, "Pelatihan Label Kemasan Produk sebagai Upaya Peningkatan Kualitas Produk UMKM Cahaya di Dusun Krajan Desa Giripurno, Kota Batu," *Kifah J. Pengabdi. Masy.*, vol. 3, no. 1, pp. 1–10, Jun. 2024, doi: 10.35878/kifah.v3i1.1048.
- [13] BPOM, "Peraturan Badan Pengawas Obat dan Makanan No. 31 Tentang Label Pangan Olahan." 2018. [Online]. Available: https://standarpangan.pom.go.id/dokumen/peraturan2018/0._PerBPOM_31_Tahun_2018_Label_Pangan_Olahan_31_Jan_2019_Join.pdf
- [14] M. L. Irrubai, "Strategi Labeling, Packaging, dan Marketing Produk Hasil Industri Rumah Tangga Di Kelurahan Monjok Kecamatan Selaparang Kota Mataram Nusa Tenggara Barat," *core.ac.id*, [Online]. Available: core.ac.uk/download/pdf/26697921.pdf
- [15] R. Nugrahani, "PERAN DESAIN GRAFIS PADA LABEL DAN KEMASAN PRODUK MAKANAN UMKM," no. 2, 2015.