

## PENDAMPINGAN PEMANFAATAN DIGITAL MARKETING SERTA LABELING DAN MANAJEMEN KEUANGAN PADA USAHA KUE RUMIASIH

I.P. Ramayasa<sup>1</sup>, N.P.L. Santiari<sup>2</sup> dan I.W.K. Suwastika<sup>3</sup>

### ABSTRAK

Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah (UMKM) memiliki peran strategis dalam mendorong pertumbuhan ekonomi nasional, penyerapan tenaga kerja, serta pemerataan kesejahteraan. Namun, dalam praktiknya, banyak pelaku UMKM menghadapi kendala dalam aspek pemasaran digital, desain label produk, dan pengelolaan keuangan. Salah satu contoh adalah Usaha Kue Rumiasih di Kota Denpasar, yang bergerak di bidang produksi kue basah dan kering berbasis bahan alami. Meskipun memiliki kualitas produk yang baik dan potensi pasar yang besar, usaha ini belum sepenuhnya memanfaatkan media digital sebagai sarana promosi dan penjualan. Selain itu, produk belum memiliki label yang menarik dan informatif, serta pencatatan keuangan masih dilakukan secara sederhana. Untuk mengatasi permasalahan tersebut, diperlukan kegiatan pendampingan yang mencakup pelatihan pemasaran digital, pembuatan label produk sesuai standar, dan pelatihan manajemen keuangan dasar. Melalui kegiatan ini diharapkan Usaha Kue Rumiasih mampu meningkatkan daya saing, memperluas jangkauan pasar, serta memperkuat keberlanjutan usaha di tengah persaingan yang semakin kompetitif.

**Kata kunci :** Digital marketing; labeling produk; manajemen keuangan; usaha kecil menengah; Kue Rumiasih; pendampingan usaha.

### ABSTRACT

Micro, Small, and Medium Enterprises (MSMEs) have a strategic role in encouraging national economic growth, labor absorption, and equitable distribution of welfare. However, in practice, many MSME actors face obstacles in terms of digital marketing, product label design, and financial management. One example is the Rumiasih Cake Business in Denpasar City, which is engaged in the production of wet and dry cakes based on natural ingredients. Despite having good product quality and large market potential, this business has not fully utilized digital media as a means of promotion and sales. Furthermore, the product does not have an attractive and informative label, and financial recording is still done in simple manner. To overcome these problems,

---

<sup>1</sup> Program Studi Sistem Infotmasi, Fakultas Informatika dan Komputer , Institut Teknologi dan Bisnis STIKOM Bali, 80225, Denpasar-Bali, ramayasa@stikom-bali.ac.id.

<sup>2</sup> Program Studi Sistem Infotmasi, Fakultas Informatika dan Komputer , Institut Teknologi dan Bisnis STIKOM Bali, 80225, Denpasar-Bali, linda\_santiari@stikom-bali.ac.id.

<sup>3</sup> Program Studi Sistem Infotmasi, Fakultas Informatika dan Komputer , Institut Teknologi dan Bisnis STIKOM Bali, 80225, Denpasar-Bali, kayun\_suwastika@stikom-bali.ac.id.

Submitted: 28 April 2026

Revised: 10 Mei 2026

Accepted: 25 Mei 2026

mentoring activities are needed which include digital marketing training, product label making according to standards, and basic financial management training. Through this activity, it is hoped that the Rumiasih Cake Business will be able to increase competitiveness, expand market reach, and strengthen business sustainability in the midst of increasingly competitive competition.

**Keywords:** Digital marketing; product labeling; financial management; small and medium enterprises; Rumiasih Cake; Business Assistance.

## **1. PENDAHULUAN**

UMKM merupakan motor penting perekonomian Indonesia dan memainkan peran besar dalam penyerapan tenaga kerja serta pemerataan ekonomi. Usaha pangan skala rumah tangga seperti usaha kue rumahan banyak dijumpai di kota-kota besar termasuk di Kota Denpasar. Namun demikian, UMKM seringkali menghadapi berbagai tantangan dalam pengembangan usahanya, khususnya dalam aspek pemasaran digital, labeling produk serta manajemen keuangan (Darnis, F., et al 2023). Peralihan perilaku konsumen menuju belanja online dan penggunaan media sosial sebagai sumber informasi produk semakin kuat. Hal ini membuka peluang besar bagi usaha kecil untuk memperluas pasar lewat strategi digital marketing, tetapi juga menjadi tekanan bagi pelaku usaha yang belum melek digital. Untuk memanfaatkan peluang ini, UMKM perlu pendampingan dalam praktik pemasaran digital (Anam, K., et al, 2024).

Usaha Kue Rumiasih merupakan salah satu unit usaha mikro kecil dan menengah (UMKM) yang ada di Kota Denpasar. Usaha ini lahir dari semangat dan kecintaan Ibu Ni Nyoman Rumiasih, seorang ibu rumah tangga yang memiliki minat besar terhadap kuliner khas Indonesia, khususnya kue. Berawal dari dapur sederhana di kediamannya yang berlokasi di Jalan Batas Dukuh Sari, Gang Merak No. 31, Pedungan, Denpasar Selatan, Ibu Rumiasih mulai membuat kue pada tahun 2023 untuk memenuhi pesanan acara keluarga, tetangga, serta kebutuhan upacara keagamaan. Permintaan kue meningkat terjadi saat mendekati Hari Raya Seperti Galungan dan Kuningan. Usaha Kue Rumiasih menawarkan berbagai jenis kue basah dan kering yang diproduksi menggunakan bahan-bahan alami tanpa pengawet. Beberapa produk unggulan antara lain Kue Bolu, Bolu Kukus, Pie Susu, Brownies kukus dan panggang, Banana cake coklat serta kastengel. Semua kue dibuat dengan resep yang sudah dimodifikasi agar sesuai dengan selera konsumen masa kini tanpa menghilangkan cita rasa aslinya.

Dalam proses pembuatan kue Ibu Ni Nyoman Rumiasih dibantu oleh anaknya serta iparnya, mulai dari tahap persiapan bahan, pengolahan, hingga pengemasan. Seluruh kue dibuat tanpa bahan pengawet, menggunakan bahan-bahan pilihan seperti santan segar, gula aren, tepung berkualitas, dan telur ayam sehingga cocok untuk konsumsi pribadi, acara keluarga, maupun hantaran.

Usaha Kue Rumiasih memiliki potensi besar dalam mengembangkan pasarnya. Kualitas produk yang baik belum diiringi dengan strategi pemasaran yang optimal. Saat ini, pemasaran produk masih terbatas pada promosi dari mulut ke mulut dan belum sepenuhnya memanfaatkan platform digital seperti media sosial (Widiati et al., 2024). Padahal, digital marketing telah terbukti mampu memperluas jangkauan pasar UMKM secara signifikan (N. Rahmawati 2022). Selain itu, produk kue Rumiasih belum memiliki desain label yang menarik dan informatif. Padahal, labeling tidak hanya berfungsi sebagai identitas produk, tetapi juga menjadi alat komunikasi yang mampu menarik perhatian konsumen dan membangun kepercayaan (D. A. Sari et al., 2020). Label yang baik mencantumkan informasi penting seperti nama produk, logo usaha dan kontak yang semuanya penting dalam meningkatkan daya saing di pasar. Manajemen keuangan juga menjadi tantangan tersendiri. Pencatatan keuangan usaha masih dilakukan secara sederhana dan tidak terstruktur, sehingga menyulitkan pemilik usaha dalam mengetahui keuntungan bersih, mengatur arus kas, dan

merencanakan pengembangan usaha ke depan. Padahal, pencatatan keuangan yang baik sangat penting dalam pengambilan keputusan bisnis yang efektif (L. Yuliana et, al., 2021).

Berdasarkan permasalahan tersebut, diperlukan kegiatan pendampingan yang meliputi:

1. Pemanfaatan digital marketing untuk meningkatkan jangkauan pemasaran
2. Pembuatan dan penerapan labeling produk yang sesuai standar dan berisi QR Code
3. Pelatihan manajemen keuangan dasar bagi pemilik usaha.

Kegiatan kunjungan terkait pendampingan akan dilaksanakan di rumah mitra. Dengan adanya pendampingan ini diharapkan mampu meningkatkan daya saing Usaha Kue Rumiasih dan memperkuat ketahanan usaha di tengah persaingan pasar yang semakin kompetitif.

## **2. METODE PELAKSANAAN**

Kegiatan pengabdian masyarakat ini dilaksanakan dengan pendekatan partisipatif dan aplikatif, dimana mitra (pemilik usaha) dilibatkan secara aktif dalam setiap tahap proses. Metode pelaksanaan dibagi menjadi enam tahap utama yaitu Identifikasi Permasalahan Mitra, Sosialisasi dan Koordinasi Awal, Pelatihan Digital Marketing, Pelatihan Digital Marketing, Pendampingan Desain Label dan Kemasan Produk, Pelatihan dan Pendampingan Manajemen Keuangan, Evaluasi dan Monitoring. Metode Pelaksanaan dapat dilihat dari 2.1 Metode Pelaksanaan



Gambar 2.1 Metode Pelaksanaan

## **3. HASIL DAN PEMBAHASAN**

### **3.1 Identifikasi Permasalahan Mitra**

Tujuan identifikasi permasalahan mitra ini adalah untuk mengetahui kendala utama yang dihadapi oleh Usaha Kue Rumiasih. Adapun kegiatan yang dilakukan meliputi Observasi langsung ke lokasi mitra, melakukan wawancara dengan pemilik usaha. Hasil dari identifikasi ini ditemukan bahwa mitra belum optimal dalam pemasaran digital, belum memiliki label produk yang menarik, dan pencatatan keuangan masih manual dan tidak terstruktur.



Gambar 3.1 Identifikasi Masalah Mitra

### **3.2 Sosialisasi**

Kegiatan sosialisasi kepada mitra merupakan tahapan awal yang sangat penting dalam pelaksanaan pengabdian kepada masyarakat. Sosialisasi bertujuan untuk memberikan pemahaman awal kepada mitra terkait maksud, tujuan, ruang lingkup, serta manfaat dari program pengabdian yang akan dilaksanakan. Melalui sosialisasi yang baik, diharapkan terjalin komunikasi dan kerja sama yang efektif antara tim pengabdian dengan mitra pengabdian masyarakat yaitu Ibu Ni Nyoman Rumiasih selaku pemilik Usaha Kue. Kegiatan ini menjadi langkah awal untuk menyamakan persepsi serta menggali kebutuhan dan permasalahan yang dihadapi oleh mitra. Kegiatan sosialisasi dilaksanakan secara langsung dengan melibatkan tim pengabdian dan mitra. Sosialisasi dilakukan dalam suasana dialog dan partisipatif agar mitra dapat menyampaikan kondisi usaha secara terbuka.



Gambar 3.2 Kegiatan Sosialisasi

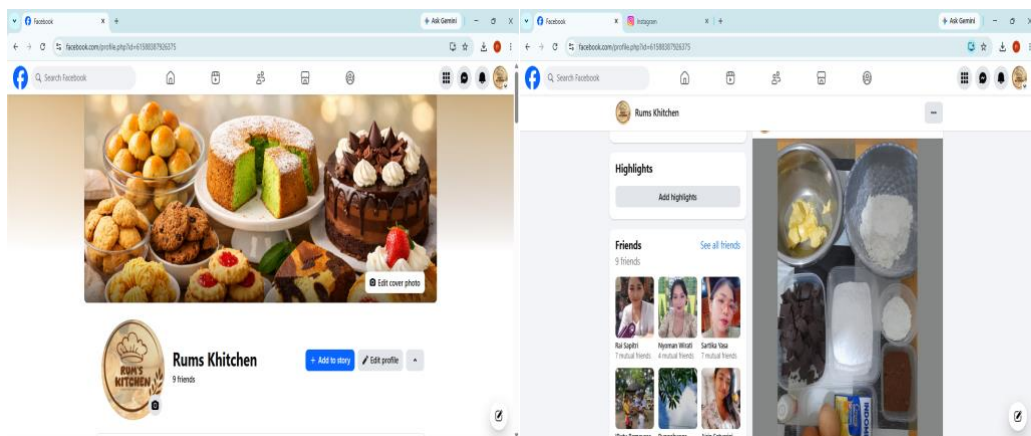
### **3.2 Pelatihan Digital Marketing**

Pelatihan Digital Marketing adalah untuk meningkatkan kemampuan mitra dalam memasarkan produknya secara digital di media sosial. Metode yang digunakan adalah Workshop interaktif dan

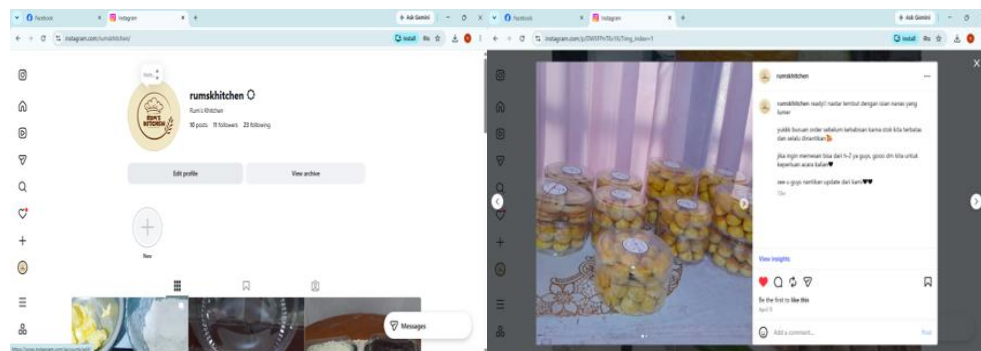
praktik langsung yang diberikan oleh Dosen Pengusul Ni Putu Linda Santiari dengan di bantu oleh mahasiswa untuk dokumentasi.



Gambar 3.2. Kegiatan Pelatihan Digital Marketing



Gambar 3.3 Tampilan Facebook Mitra



Gambar 3.4 Tampilan Instagram Mitra

### 3.3 Pendampingan Desain Label dan Kemasan Produk

Tujuan dari pendampingan desain label dan kemasan produk ini adalah untuk membantu mitra memiliki identitas visual yang menarik dan profesional. Pendampingan ini akan dilakukan oleh Dosen Pengusul I Putu Ramayasa dengan dibantu oleh mahasiswa. Adapun kegiatannya meliputi diskusi desain label dan kemasan, pembuatan mockup label dan kemasan, serta implementasi pada produk. Hasil dari pendampingan ini adalah label produk yang mencantumkan nama usaha informasi kontak.



Gambar 3.5 Pendampingan Desain Label dan Kemasan Produk



Gambar 3.6 Desain Label dan Kemasan Produk

### **3.4 Pelatihan dan Pendampingan Manajemen Keuangan**

Pelatihan ini dirancang untuk memberikan pemahaman mengenai pentingnya pencatatan keuangan sebagai dasar dalam pengambilan keputusan bisnis, pengendalian arus kas, serta evaluasi kinerja usaha. Dengan pengelolaan keuangan yang baik, pelaku usaha diharapkan mampu mengetahui kondisi keuangan usahanya secara akurat sehingga dapat menyusun strategi pengembangan usaha yang lebih efektif. Materi pertama yang diberikan adalah pencatatan transaksi harian. Mitra diajarkan cara mengelompokkan jenis transaksi, mencatat tanggal transaksi, sumber penerimaan, jenis pengeluaran, serta saldo kas yang dimiliki. Materi ini bertujuan untuk membiasakan peserta melakukan pencatatan secara rutin sehingga seluruh aktivitas keuangan dapat terdokumentasi dengan baik. Selanjutnya, peserta memperoleh materi mengenai penyusunan laporan laba rugi sederhana. Dalam sesi ini dijelaskan konsep dasar pendapatan, harga pokok penjualan, biaya operasional, serta perhitungan laba atau rugi usaha dalam satu periode tertentu. Peserta dibimbing untuk menyusun laporan laba rugi sederhana berdasarkan data transaksi yang telah dicatat sebelumnya. Melalui materi ini,

peserta diharapkan mampu mengetahui tingkat keuntungan usaha. Materi berikutnya adalah penggunaan aplikasi keuangan, seperti aplikasi Buku Kas maupun Microsoft Excel, sebagai alat bantu dalam pengelolaan keuangan usaha.



Gambar 3. 7 Pelatihan dan Pendampingan Manajemen Keuangan

### **3.5 Implementasi dan Monitoring**

Dari hasil implementasi serta monitoring yang sudah dilakukan menunjukkan adanya peningkatan kemampuan dari mitra dalam memanfaatkan media sosial Facebook dan Instagram untuk melakukan pemasaran, serta sudah digunakanya label yang di lengkapi dengan QRCode , dan bertambahnya pemahaman mitra terkait manajemen keuangan untuk bisa mengukur arus kas yang masuk dankeluar sehingga memiliki pengelolaan keuangan yang baik.

## **4. KESIMPULAN**

Kegiatan pengabdian kepada masyarakat yang berjudul "Pendampingan Pemanfaatan Digital Marketing serta Labeling dan Manajemen Keuangan pada Usaha Kue Rumiasih" telah terlaksana dengan baik sesuai dengan tujuan yang telah ditetapkan. Program pendampingan ini memberikan peningkatan pengetahuan, pemahaman, dan keterampilan kepada mitra dalam mengelola usahanya secara lebih profesional melalui penerapan strategi pemasaran digital, perbaikan labeling produk, serta pengelolaan keuangan yang lebih tertata.

Pada aspek digital marketing, mitra memperoleh pemahaman mengenai pentingnya memanfaatkan media sosial sebagai sarana promosi untuk meningkatkan jangkauan pasar, membangun citra merek, serta memperluas peluang penjualan. Pendampingan yang dilakukan juga mendorong mitra untuk mampu membuat dan mengelola konten promosi secara mandiri sehingga aktivitas pemasaran dapat dilakukan secara berkelanjutan.

Pada aspek labeling produk, mitra memperoleh pemahaman mengenai pentingnya label sebagai identitas produk sekaligus media informasi bagi konsumen. Perbaikan desain label diharapkan mampu meningkatkan daya tarik produk, memberikan informasi yang lebih lengkap, serta meningkatkan kepercayaan konsumen terhadap produk Kue Rumiasih sehingga memiliki nilai tambah dan daya saing yang lebih baik.

Sementara itu, pada aspek manajemen keuangan, pelaku usaha telah memperoleh kemampuan dalam melakukan pencatatan transaksi harian, menyusun laporan laba rugi sederhana, serta memanfaatkan aplikasi pencatatan keuangan seperti Buku Kas atau Microsoft Excel. Kemampuan tersebut

diharapkan dapat membantu pelaku usaha dalam memonitor kondisi keuangan, mengendalikan arus kas, serta mengambil keputusan usaha berdasarkan data keuangan yang lebih akurat.

Secara keseluruhan, kegiatan pengabdian masyarakat ini memberikan dampak positif terhadap peningkatan kemampuan mitra dalam mengelola usahanya secara lebih efektif, efisien, dan berorientasi pada keberlanjutan. Sinergi antara pemanfaatan digital marketing, penguatan identitas produk melalui labeling, dan penerapan manajemen keuangan yang baik diharapkan mampu meningkatkan daya saing, memperluas pangsa pasar, serta mendukung pertumbuhan dan keberlanjutan Usaha Kue Rumiasih di masa mendatang.

## **UCAPAN TERIMA KASIH**

Puji syukur kami panjatkan ke hadirat Tuhan Yang Maha Esa atas segala rahmat dan karunia-Nya sehingga kegiatan Pengabdian kepada Masyarakat yang berjudul "Pendampingan Pemanfaatan Digital Marketing serta Labeling dan Manajemen Keuangan pada Usaha Kue Rumiasih" dapat terlaksana dengan baik. Kami sebagai Tim pelaksana juga menyampaikan ucapan terima kasih kepada seluruh pihak yang telah memberikan dukungan, bantuan, dan kerja sama selama proses pelaksanaan Kegiatan Pengabdian Masyarakat ini. Ucapan terima kasih secara khusus kami sampaikan kepada:

1. Pimpinan perguruan tinggi beserta Lembaga Penelitian dan Pengabdian kepada Masyarakat (LPPM) yang telah memberikan dukungan, arahan, serta kesempatan untuk melaksanakan kegiatan pengabdian ini.
2. Ibu Nyoman Rumiasih selaku mitra pada kegiatan pengabdian masyarakat ini, yang telah menerima kami dengan baik, berpartisipasi aktif, serta memberikan kesempatan untuk melaksanakan pendampingan dalam bidang digital marketing, labeling produk dan manajemen keuangan.
3. Seluruh anggota tim pengabdian yang telah bekerja sama dengan penuh dedikasi dalam merencanakan, melaksanakan, dan mengevaluasi seluruh rangkaian kegiatan.
4. Semua pihak yang tidak dapat disebutkan satu per satu yang telah memberikan dukungan, baik secara langsung maupun tidak langsung, sehingga kegiatan ini dapat berjalan dengan lancar.

Besar harapan kami agar hasil dari kegiatan pengabdian ini dapat memberikan manfaat yang berkelanjutan bagi Usaha Kue Rumiasih dalam meningkatkan kapasitas pengelolaan usaha, memperluas pemasaran melalui media digital, meningkatkan kualitas dan daya tarik produk melalui labeling yang lebih baik, serta menerapkan manajemen keuangan yang lebih efektif. Semoga kerja sama yang telah terjalin dapat terus berlanjut dalam berbagai kegiatan yang bermanfaat bagi pengembangan UMKM dan pemberdayaan masyarakat

## **DAFTAR PUSTAKA**

- Darnis, F., & Kusumajaya, R. A. (2023). Pelatihan dan Pendampingan Strategi E-Commerce, Desain dan Label Produk Bagi UMKM di Kecamatan Gunungpati. *Community: Jurnal Pengabdian Pada Masyarakat*, 3(2), 41–44. <https://doi.org/10.51903/community.v3i2.35>
- Anam, K., & Yosepha, S. Y. (2024). Analisis Pengembangan UMKM dalam Implementasi E-Commerce Untuk Meningkatkan Daya Saing di Era Digital. *Jurnal Manajemen*, 11(1), 96–107. <https://doi.org/10.37817/jurnalmanajemen.v11i1>
- Widiati, I. S., Purwidiyanto, M. H., & Lashwaty, N. D. (2024). Pemasaran Digital Industri Rumah Tangga Pandai Besi Di Desa Segaran. *Archive: Jurnal Pengabdian Kepada Masyarakat*, 3(2), 187–199
- N. Rahmawati (2022), Pengaruh Label Produk terhadap Minat Beli Konsumen pada Produk UMKM Makanan Ringan, *Jurnal Ilmu Ekonomi dan Bisnis*, vol. 10, no. 2, pp. 45–53
- D. A. Sari and R. Nugroho (2020), Pelatihan Manajemen Keuangan bagi UMKM sebagai Upaya Meningkatkan Daya Saing Usaha, *Jurnal Pengabdian kepada Masyarakat*, vol. 4, no. 1, pp. 60–68,.
- L. Yuliana and S. Handayani (2021), Penerapan Digital Marketing dalam Meningkatkan Penjualan UMKM di Masa Pandemi COVID-19, *Jurnal Manajemen dan Kewirausahaan*, vol. 5, no. 3, pp. 120–130