



Pendampingan UMKM dalam Meningkatkan Volume Penjualan dan Inovasi di Era Digital Pada UMKM Warung Mama Ifit

Nika Pristiya¹⁾, Nurkarantina²⁾, Putri Meliyansyah³⁾, Putri Wahyuni⁴⁾, Ramlah⁵⁾ Theresia Mentari⁶⁾

^{1,2,3,4,5,6} Universitas Palangka Raya, Indonesia

Email: nikapristiya170724@gmail.com¹, nurkarantina7@gmail.com², putrimeliyansyah@gmail.com³,
pw18putriwahyuni@gmail.com⁴, ramlah0826@gmail.com⁵, theresiamentari@feb.upr.ac.id⁶

Article History : Received: 30-09-2024 Accepted: 25-10-2024 Publication: 15-11-2024

Abstract: *This community mentoring activity aims to provide mentoring to Warung Mama Ifit in an effort to increase sales volume and product innovation through the application of digital technology. The mentoring method uses the Participatory Action Research (PAR) Approach. The mentoring program, which was implemented from August 7 to September 30, 2024, includes the preparation, implementation and evaluation stages. The results of the study showed a significant increase in the development of business identity, systematic financial recording, and expansion of market reach through consistent online promotions. The conclusion of this mentoring is that a strong business identity, mature business planning, systematic financial management, and effective marketing strategies can position Warung Mama Ifit to achieve greater success in the future and has the potential to become a model for other MSMEs to increase their competitiveness in the digital era.*

Abstrak : *Kegiatan pendampingan masyarakat ini bertujuan untuk memberikan pendampingan kepada Warung Mama Ifit dalam upaya meningkatkan volume penjualan serta inovasi produk melalui penerapan teknologi digital. Metode pendampingan dengan Pendekatan Participatory Action Research (PAR). Program pendampingan, yang dilaksanakan dari 7 Agustus hingga 30 September 2024, mencakup tahapan persiapan, pelaksanaan dan evaluasi. Hasil penelitian menunjukkan adanya peningkatan signifikan dalam pengembangan identitas usaha, pencatatan keuangan yang sistematis, serta perluasan jangkauan pasar melalui promosi daring yang konsisten. Kesimpulan dari pendampingan ini adalah bahwa identitas bisnis yang kuat, perencanaan bisnis yang matang, manajemen keuangan yang sistematis, serta strategi pemasaran yang efektif mampu memposisikan Warung Mama Ifit untuk meraih kesuksesan lebih besar di masa depan dan berpotensi menjadi model bagi UMKM lain untuk meningkatkan daya saing mereka di era digital.*

Keywords : *Business Planning, Financial Reports, Digital Marketing*

PENDAHULUAN

Usaha mikro, kecil, dan menengah (UMKM) memainkan peran penting dalam menciptakan lapangan kerja, meningkatkan pendapatan, dan memperkuat struktur ekonomi domestik. Akibatnya, UMKM merupakan bagian penting dari ekonomi Indonesia. UMKM adalah bisnis produktif yang dijalankan oleh individu, kelompok, rumah tangga, atau badan usaha kecil yang memenuhi kriteria yang ditetapkan sebagai usaha mikro (Amartha, 2024). Namun, UMKM menghadapi tantangan baru seiring

Cite this article as :

Pristiya, N. ., Nurkarantina, N., Meliyansyah, P. ., Wahyuni, P., & Ramlah, R.(2024). Pendampingan UMKM dalam Meningkatkan Volume Penjualan dan Inovasi di Era Digital Pada UMKM Warung Mama Ifit. *Jurnal Penelitian Dan Pengabdian Masyarakat*, 2(4), 462–471. <https://doi.org/10.61231/jp2m.v2i4.299>

Creative Commons - Attribution 4.0 International - CC BY 4.0

kemajuan teknologi dan digitalisasi. Terutama, mereka harus beradaptasi dengan perubahan perilaku konsumen dan memanfaatkan teknologi untuk mempertahankan dan meningkatkan daya saing mereka.

Warung Mama Ifit, sebuah UMKM di Kota Palangka Raya yang menjual kue basah dan tradisional, menghadapi tantangan serupa. Seiring digitalisasi yang terus berkembang, UMKM harus membuat strategi bisnis baru seiring dengan digitalisasi yang terus berkembang. Ini terutama berlaku untuk pemasaran dan inovasi produk. Meningkatkan volume penjualan adalah fokus utamanya, yang merupakan ukuran penting untuk mengevaluasi kesehatan suatu perusahaan (Pamungkas, 2023). Potensi keuntungan dan kemampuan perusahaan untuk memenuhi permintaan pasar berkorelasi positif dengan volume penjualan. Ketika volume penjualan turun, ini biasanya menunjukkan masalah dengan strategi pemasaran, kualitas produk, atau daya tarik pasar terhadap produk yang ditawarkan. Oleh karena itu, UMKM seperti Warung Mama Ifit sangat memprioritaskan untuk mempertahankan dan meningkatkan volume penjualan, terutama dalam persaingan yang semakin ketat.

Menggunakan teknologi digital, khususnya pemasaran digital, adalah salah satu cara untuk meningkatkan daya saing UMKM seperti Warung Mama Ifit. Menurut Tjiptono (2008), promosi adalah jenis aktivitas pemasaran yang bertujuan untuk memberi tahu pasar sasaran tentang perusahaan dan produknya dengan tujuan membuat mereka bersedia untuk menerima, membeli, dan tetap setia pada produk yang ditawarkannya (Prasetyo, et al., 2024). *Digital marketing* melalui media sosial adalah sarana promosi murah dan efektif. Bisnis kecil dan menengah (UMKM) dapat memperluas jangkauan pasar mereka dengan menggunakan platform media sosial seperti Instagram (Woelandari & Setyawati, 2019).

Pemanfaatan teknologi digital untuk menjalankan, mengembangkan, dan memperluas bisnis disebut kewirausahaan digital atau *Digital entrepreneurship* (Fachrurazi, 2024). Pemasaran berbasis digital adalah upaya promosi yang dilakukan melalui media digital, yaitu platform online seperti media sosial. Media sosial dianggap sebagai salah satu alat digital marketing yang paling mudah digunakan oleh bisnis; karena mudah digunakan dan tidak membutuhkan keterampilan khusus untuk memulainya, mereka dianggap memiliki kemampuan untuk secara langsung meraih (*engage*) calon pembeli. Sebaliknya, dari perspektif bisnis, Safko (2009) menggambarkan media sosial sebagai diskusi yang dapat mempromosikan, menghasilkan, dan menghasilkan pendapatan (Utami, Wardani, & Gorda, 2023).

Sebuah laporan oleh Napoleoncat menunjukkan bahwa jumlah pengguna Instagram pada bulan Agustus 2024 sebesar 90,183,200, atau 31,6% dari 36.000.000 orang Indonesia (Julius, 2024). Hal ini menunjukkan bahwa Instagram memiliki potensi besar untuk digunakan sebagai salah satu strategi pemasaran yang efektif untuk UMKM. Di era digital, transformasi digital telah mendorong kemunculan model bisnis baru, yang memberikan peluang lebih besar bagi UMKM untuk bersaing dan berkembang. Pemanfaatan teknologi untuk inovasi produk dan layanan memungkinkan UMKM untuk lebih adaptif terhadap kebutuhan pasar dan memperkuat posisinya dalam persaingan. (Kurdi, et al., 2024)

Cite this article as :

Pristiya, N. ., Nurkarantina, N., Meliyansyah, P. ., Wahyuni, P., & Ramlah, R.(2024). Pendampingan UMKM dalam Meningkatkan Volume Penjualan dan Inovasi di Era Digital Pada UMKM Warung Mama Ifit. *Jurnal Penelitian Dan Pengabdian Masyarakat*, 2(4), 462–471. <https://doi.org/10.61231/jp2m.v2i4.299>

Creative Commons - Attribution 4.0 International - CC BY 4.0

Tujuan program pengabdian ini adalah untuk membantu Warung Mama Ifit mengatasi masalah ini dengan menggunakan teknologi digital untuk meningkatkan volume penjualan dan inovasi produk. Selain itu, pengabdian ini juga bertujuan membekali pelaku UMKM dengan keterampilan beradaptasi terhadap tren pemasaran modern dan mengoptimalkan potensi inovasi produk agar lebih sesuai dengan kebutuhan pasar saat ini. Salah satu cara untuk meningkatkan kinerja dan daya saing UMKM dalam membantu perekonomian Indonesia adalah dengan mendampinginya.

Salah satu komponen ekonomi Indonesia adalah pendampingan usaha kecil dan menengah (UMKM). Kontribusi UMKM terhadap PDB sebesar 61%, atau Rp9.580 triliun, dan penyerapan tenaga kerja mereka mencapai 97% (RI, 2023). Hal ini menunjukkan betapa pentingnya sektor UMKM dalam menjaga stabilitas ekonomi dan menciptakan lapangan kerja bagi masyarakat. Dengan meningkatkan pendapatan masyarakat, UMKM diharapkan dapat mempercepat laju perekonomian dan meningkatkan daya beli Masyarakat (Ramadhani, Nurwahida, Fadillah, Muhaemin, & Ansar, 2024).

Perencanaan bisnis adalah alat penting bagi usaha kecil dan menengah (UMKM) untuk menghadapi persaingan. Menurut Hisrich dan Peter (1995), dikutip oleh Alma (2004), rencana bisnis adalah dokumen tertulis yang mencakup semua aspek internal dan eksternal perusahaan yang penting saat bisnis baru dimulai atau berkembang (Winata, Sitompul, & Salim, 2024). Rencana bisnis yang baik dapat membantu pengusaha membuat kebijakan dan membuat keputusan strategis untuk mencapai hasil yang diinginkan. Di era persaingan yang semakin ketat ini, perencanaan bisnis yang baik menjadi dasar bagi UMKM untuk memprediksi, menganalisis, dan merencanakan masa depan bisnis mereka serta mengelola risiko yang ada.

Fungsi laporan keuangan menjadi penting seiring berjalannya waktu untuk menentukan posisi pelaporan keuangan dalam suatu usaha. Laporan keuangan adalah dokumen resmi yang menjelaskan pendanaan dan keuangan suatu perusahaan. Laporan keuangan adalah informasi tentang kinerja pengelolaan modal perusahaan yang dirangkum dengan benar untuk memberikan gambaran tentang kondisi keuangan perusahaan dalam jangka waktu tertentu (Ontolay, 2024). Laporan keuangan, yang merupakan informasi akuntansi paling krusial, memantau semua aktivitas keuangan perusahaan. Banyak pebisnis masih belum menyadari pentingnya laporan keuangan bagi bisnis mereka.

Menurut Supriyanto (2012), pemberdayaan UMKM merupakan bagian penting dari pertumbuhan ekonomi secara keseluruhan karena memungkinkan penciptaan lapangan kerja serta peningkatan pendapatan Masyarakat (Indarto, Budiati, & Lestari, 2024). Tujuan mendampingi UMKM melalui pendampingan perencanaan bisnis adalah untuk meningkatkan kinerja dan daya saing UMKM dalam pasar yang semakin kompetitif. Untuk mendukung UMKM, pendampingan dalam perencanaan bisnis dan manajemen keuangan sangat penting. Tantangan yang dihadapi UMKM termasuk kekurangan modal, pengetahuan, akses ke pasar, dan manajemen yang belum matang. Perencanaan bisnis yang baik

Cite this article as :

Pristiya, N. ., Nurkarantina, N., Meliyansyah, P. ., Wahyuni, P., & Ramlah, R.(2024). Pendampingan UMKM dalam Meningkatkan Volume Penjualan dan Inovasi di Era Digital Pada UMKM Warung Mama Ifit. *Jurnal Penelitian Dan Pengabdian Masyarakat*, 2(4), 462–471. <https://doi.org/10.61231/jp2m.v2i4.299>

Creative Commons - Attribution 4.0 International - CC BY 4.0

membantu UMKM menganalisis peluang dan risiko, memprediksi dinamika pasar, dan membuat strategi bisnis yang tepat (Indarto, Budiati, & Lestari, 2024). Diharapkan UMKM akan lebih siap untuk menghadapi tantangan dan memanfaatkan peluang dengan pendampingan ini. Kegiatan-kegiatan ini bertujuan untuk memberikan solusi komprehensif dalam meningkatkan daya saing dan kinerja UMKM Warung Mama Ifit di era digital.

METODE

Pelaksanaan program pengabdian kepada masyarakat dilakukan pada UMKM Warung Mama Ifit yang berlokasi di Jl. RTA Milono km 9,5, Kota Palangka Raya. Pendekatan yang digunakan dalam program ini adalah Participatory Action Research (PAR), di mana UMKM dilibatkan secara aktif dalam setiap tahap pelaksanaan untuk memastikan keberhasilan dan keberlanjutan program. Melalui pendekatan PAR, program ini berupaya untuk mengatasi permasalahan, memberikan bantuan, serta mendampingi UMKM dalam mengembangkan produk mereka (Sodiah, et al., 2022). Kegiatan Pengabdian Masyarakat dimulai pada 7 Agustus -30 September 2024 yang dilakukan ini mencakup tahap persiapan, pelaksanaan dan evaluasi.

Tahap Persiapan meliputi kegiatan identifikasi masalah yang dihadapi oleh UMKM Warung Mama Ifit. Penyusunan rencana kegiatan dan materi pelatihan. Dan sosialisasi program kepada pemilik UMKM. Tahap Pelaksanaan meliputi kegiatan pelatihan perencanaan bisnis yang meliputi pembuatan visi, misi, dan tujuan jangka pendek serta jangka panjang. Pelatihan manajemen keuangan menggunakan aplikasi Buku Warung untuk pencatatan keuangan yang lebih efektif. Pelatihan pemasaran digital melalui media sosial, terutama Instagram. Pembuatan logo profesional untuk meningkatkan pengenalan usaha. Dan pemasangan spanduk untuk meningkatkan visibilitas fisik usaha. Tahap Evaluasi meliputi *Monitoring* dan evaluasi terhadap implementasi pengetahuan yang diberikan selama pelatihan. Penilaian peningkatan volume penjualan dan inovasi produk. Dan dokumentasi hasil dan penyusunan laporan akhir kegiatan.

HASIL DAN PEMBAHASAN

Kegiatan pengabdian ini dimulai dengan mengidentifikasi masalah. Salah satu permasalahan yaitu terkait dengan strategi perencanaan bisnis. Hal ini terjadi karena tidak adanya strategi perencanaan bisnis yang jelas menyebabkan perusahaan ini tidak dapat mengembangkan produk secara optimal. Hal ini menyebabkan pekerjaan tidak memiliki jalur yang jelas untuk mencapai tujuan jangka pendek dan jangka panjang. Sebaliknya, pencatatan keuangan belum dilakukan secara rutin dan sistematis. Akibatnya, sulit untuk melacak arus kas dan menghitung keuntungan dan kerugian bisnis secara akurat. Usaha tidak dapat membuat keputusan keuangan yang tepat karena pengendalian keuangan yang tidak baik ini. Selain itu, strategi pemasaran yang ada belum diterapkan secara efektif. Akibatnya, jangkauan pasar terbatas dan

Cite this article as :

Pristiya, N. ., Nurkarantina, N., Meliyansyah, P. ., Wahyuni, P., & Ramlah, R.(2024). Pendampingan UMKM dalam Meningkatkan Volume Penjualan dan Inovasi di Era Digital Pada UMKM Warung Mama Ifit. *Jurnal Penelitian Dan Pengabdian Masyarakat*, 2(4), 462–471. <https://doi.org/10.61231/jp2m.v2i4.299>

Creative Commons - Attribution 4.0 International - CC BY 4.0

peluang penjualan yang lebih besar tidak dapat diraih secara optimal. Strategi pemasaran ini tidak digunakan dengan benar, yang menghambat upaya untuk menjangkau pelanggan yang lebih luas.

Berdasarkan hasil observasi, diketahui bahwa Warung Mama Ifit membutuhkan pelatihan dan pendampingan di bidang perencanaan bisnis, manajemen keuangan, dan pemasaran digital. Pelatihan ini diharapkan dapat membantu bisnis menyusun strategi bisnis yang terarah, melakukan pencatatan keuangan yang sistematis, dan meningkatkan efisiensi pemasaran melalui platform digital.

Pada tahap pelaksanaan urutan kegiatan harus diuraikan secara sistematis, dimulai dari tahap awal hingga akhir, untuk memastikan bahwa kegiatan pendampingan berhasil. Membangun hubungan sosial dan membentuk kelompok dampingan adalah kegiatan pendahuluan pendampingan. Setelah itu, tahap pelaksanaan dilakukan, dan setelah itu evaluasi dan pengukuran hasilnya. Penyusunan tabel kegiatan, skedul kegiatan, alur kegiatan, keterlibatan objek dampingan, dokumentasi berupa gambar kegiatan, kondisi dampingan, profil dampingan, dan pencapaian hasil pendampingan adalah beberapa cara yang dapat digunakan dalam proses ini. Berikut gambar 1 suasana kegiatan identifikasi permasalahan melalui pertemuan dengan pemilik warung.



Gambar 1 Kegiatan Identifikasi Permasalahan dengan Pelaku UMKM

Kegiatan pendampingan di Warung Mama Ifit menghasilkan beberapa pencapaian penting yang membantu perkembangan bisnis. Pertama, pembuatan logo untuk Warung Mama Ifit merupakan langkah penting dalam membangun identitas merek. Sebelumnya, usaha ini tidak memiliki logo yang dapat mewakili produk dan nilai-nilai yang ditawarkan. Dengan logo baru, usaha ini dapat lebih mudah dikenali oleh konsumen dan menciptakan kesan profesional yang dapat meningkatkan daya tarik pelanggan. Berikut gambar 2 logo baru hasil pendampingan.

Cite this article as :

Pristiya, N. ., Nurkarantina, N., Meliyansyah, P. ., Wahyuni, P., & Ramlah, R.(2024). Pendampingan UMKM dalam Meningkatkan Volume Penjualan dan Inovasi di Era Digital Pada UMKM Warung Mama Ifit. *Jurnal Penelitian Dan Pengabdian Masyarakat*, 2(4), 462–471. <https://doi.org/10.61231/jp2m.v2i4.299>

Creative Commons - Attribution 4.0 International - CC BY 4.0



Gambar 2 Logo Warung Mama Ifit

Logo “Warung Mama Ifit” merepresentasikan kualitas dan keaslian cita rasa makanan tradisional yang dijual. Mahkota di bagian atas melambangkan keunggulan serta prestise, menekankan bahwa produk yang ditawarkan adalah yang terbaik di kelasnya. Warna kuning mendominasi latar belakang, memberikan kesan kehangatan, kebahagiaan, dan kepuasan yang diharapkan dapat dirasakan oleh setiap pelanggan. Kombinasi warna merah yang melingkupi logo memancarkan energi dan semangat, mencerminkan antusiasme warung ini dalam menjaga cita rasa tradisi. Pita dengan slogan "Cita Rasa Tradisi, Kelezatan Asli" secara jelas menggambarkan komitmen untuk mempertahankan rasa autentik dari setiap makanan yang dijual, menciptakan pengalaman kuliner yang penuh kenangan. Font yang digunakan memberikan nuansa ramah dan mengundang, mencerminkan suasana santai dan kekeluargaan yang dihadirkan kepada setiap pelanggan. Secara keseluruhan, logo ini mengkomunikasikan bahwa Warung Mama Ifit tidak hanya menawarkan produk berkualitas, tetapi juga kehangatan dan kebahagiaan melalui makanan tradisional yang lezat dan otentik

Fokus pendampingan ini juga termasuk mengajarkan pelaku UMKM tentang perencanaan usaha. Pemilik usaha memperoleh pemahaman dasar tentang perencanaan bisnis melalui pelatihan. Ini termasuk pentingnya menetapkan visi, misi, dan tujuan untuk jangka pendek dan jangka panjang. Diharapkan pemilik Warung Mama Ifit dapat menggunakan pengetahuan ini untuk membuat rencana yang lebih baik dan terorganisir. Ini akan membantu mereka berkembang secara berkelanjutan. Dalam hal pengelolaan keuangan, pelatihan tentang pencatatan keuangan menggunakan aplikasi Buku Warung juga telah dilakukan.

Buku Warung adalah aplikasi keuangan yang bertujuan untuk membantu Juragan UMKM Indonesia mengembangkan bisnis mereka dan memperoleh penghasilan tambahan (Khusnaini, 2023). Bisnis Mama Ifit sebelumnya tidak memiliki pencatatan keuangan yang sistematis, yang menyulitkan pemilik untuk memantau arus kas dan membuat keputusan finansial yang tepat. Namun, dengan aplikasi ini, pencatatan keuangan dapat dilakukan dengan mudah dan efektif, dan pemilik dapat menyusun laporan keuangan dengan lebih mudah. Berikut gambar 3 logo aplikasi buku warung

Cite this article as :

Pristiya, N. ., Nurkarantina, N., Meliyansyah, P. ., Wahyuni, P., & Ramlah, R.(2024). Pendampingan UMKM dalam Meningkatkan Volume Penjualan dan Inovasi di Era Digital Pada UMKM Warung Mama Ifit. *Jurnal Penelitian Dan Pengabdian Masyarakat*, 2(4), 462–471. <https://doi.org/10.61231/jp2m.v2i4.299>

Creative Commons - Attribution 4.0 International - CC BY 4.0



Gambar 3 Aplikasi Buku Warung

Selain itu, iklan produk teratur juga telah dilakukan dengan memanfaatkan *platform online*. Warung Mama Ifit menggunakan Instagram sebagai media promosi dengan *username* @wr_mamaifit. Di sana, mereka mempromosikan berbagai jenis kue tradisional dengan cara yang menarik dan menarik. Instagram memungkinkan bisnis untuk menjangkau lebih banyak pelanggan. Selain mempromosikan secara digital, Warung Mama Ifit juga memiliki visibilitas tambahan melalui pemasangan spanduk dan banner di lokasi bisnis. Pelanggan yang melewati dapat dengan mudah mengenali Warung Mama Ifit sebagai penjual aneka kue tradisional. Berikut gambar 4 suasana pemasangan spanduk



Gambar 4 Suasana Pemasangan Spanduk Warung

Cite this article as :

Pristiya, N. ., Nurkarantina, N., Meliyansyah, P. ., Wahyuni, P., & Ramlah, R.(2024). Pendampingan UMKM dalam Meningkatkan Volume Penjualan dan Inovasi di Era Digital Pada UMKM Warung Mama Ifit. *Jurnal Penelitian Dan Pengabdian Masyarakat*, 2(4), 462–471. <https://doi.org/10.61231/jp2m.v2i4.299>

Creative Commons - Attribution 4.0 International - CC BY 4.0

Secara keseluruhan, hasil dari pendampingan ini menunjukkan bahwa Warung Mama Ifit berada di jalur yang benar untuk mencapai keberhasilan yang lebih besar di masa mendatang dengan identitas merek yang jelas, perencanaan usaha yang baik, pengelolaan keuangan yang sistematis, dan strategi pemasaran yang efektif. Pemilik usaha tidak hanya mendapatkan keuntungan langsung dari inisiatif ini, tetapi juga mendorong pelaku UMKM lain untuk melakukan hal yang sama untuk meningkatkan daya saing mereka di pasar. Berikut gambar 5 profil instagram sebagai media promosi



Gambar 5 Media Instagram Warung Ifit

KESIMPULAN

Kegiatan pendampingan di Warung Mama Ifit menunjukkan beberapa pencapaian penting yang mendukung pertumbuhan bisnis. Sebuah langkah penting dalam membangun identitas merek profesional adalah pembuatan logo baru, yang akan membuat bisnis lebih mudah dikenali oleh pelanggan dan menarik lebih banyak pelanggan. Selain itu, pelatihan perencanaan usaha membantu pemilik Warung Mama Ifit menyusun visi, misi, dan tujuan bisnis mereka secara lebih sistematis, yang diharapkan dapat mendukung keberlanjutan bisnis. Pelatihan tentang pengelolaan keuangan menggunakan aplikasi Buku Warung juga membantu pemilik mencatat uang mereka dengan lebih baik, membantu mereka mengawasi aliran uang mereka, dan membantu mereka membuat laporan keuangan yang lebih baik. Promosi produk secara teratur melalui platform online seperti Instagram dan pemasangan spanduk di lokasi bisnis meningkatkan jangkauan pasar dan visibilitas perusahaan. Secara keseluruhan, identitas bisnis yang kuat, perencanaan usaha yang matang, pengelolaan keuangan yang sistematis, dan strategi

Cite this article as :

Pristiya, N. ., Nurkarantina, N., Meliyansyah, P. ., Wahyuni, P., & Ramlah, R.(2024). Pendampingan UMKM dalam Meningkatkan Volume Penjualan dan Inovasi di Era Digital Pada UMKM Warung Mama Ifit. *Jurnal Penelitian Dan Pengabdian Masyarakat*, 2(4), 462–471. <https://doi.org/10.61231/jp2m.v2i4.299>

Creative Commons - Attribution 4.0 International - CC BY 4.0

pemasaran yang efektif menunjukkan bahwa Warung Mama Ifit berada di jalur yang tepat untuk mencapai kesuksesan yang lebih besar di masa mendatang, sekaligus menjadi inspirasi bagi UMKM lain untuk meningkatkan daya saing mereka di pasar.

UCAPAN TERIMA KASIH

Kami berterima kasih kepada Ibu Theresia Mentari, SE, M.SA, dosen pengampu mata kuliah Akuntansi EMKM dan Koperasi, yang telah memberikan bimbingan dan dukungan selama kegiatan pendampingan ini. Kami juga berterima kasih kepada Ibu Sri Sunarti, pemilik Warung Mama Ifit, atas dukungan dan kerja samanya selama kegiatan ini. Selain itu, kami mengucapkan terima kasih kepada semua pihak yang telah berkontribusi untuk memastikan pelaksanaan pendampingan dan pelatihan ini berjalan dengan baik dan lancar. Semoga Warung Mama Ifit dan UMKM lainnya akan mendapatkan manfaat yang berkelanjutan dari inisiatif ini.

DAFTAR PUSTAKA

- Utami, A. D., Wardani, K. D., & Gorda, A. A. (2023, April). Peningkatan Daya Saing Umkm Kuliner Di Desa Adat Panjer Melalui Pengembangan Media Pemasaran Berbasis Digital. : *Jurnal Pengabdian Kepada Masyarakat*, 6, 1-5.
- Amartha, T. B. (2024, Maret 03). *Pengertian UMKM, Jenis, Fungsi, dan Cara Mendaftarnya*. Retrieved from Amartha: <https://amartha.com/blog/work-smart/pengertian-umkm-jenis-fungsi-dan-cara-mendaftar/>
- Fachrurazi. (2024). Pengaruh Penerapan Digital Entrepreneurship Pada. *Indo-Fintech Intellectuals: Journal of Economics and Business*.
- Indarto, Budiati, Y., & Lestari, R. I. (2024). Pemberdayaan UMKM dalam Pembuatan Perencanaan Bisnis. *Jurnal Pengabdian kepada Masyarakat Nusantara (JPkMN)*, 166-174.
- Julius, N. (2024, September 17). *Data Jumlah Pengguna Instagram Di Indonesia 2024*. Retrieved from Upgraded.id: <https://upgraded.id/data-jumlah-pengguna-instagram-di-indonesia>
- Khusnaini. (2023, Oktober 09). *Aplikasi Buku Warung Untuk Pencatatan Keuangan Usaha Bagi UMKM*. Retrieved from Kemenkue Learning Center: <https://klc2.kemenkeu.go.id/kms/knowledge/part-1-aplikasi-buku-warung-untuk-pencatatan-keuangan-usaha-bagi-umkm-ceb0f3a2/detail/>
- Kurdi, M., Nisa, D. A., Rahmah, U., Andini, D. I., Suci, R., Amir, M., . . . Wahyudi, A. (2024, Juni 12). Pendampingan UMKM: Meningkatkan Daya Saing Dan Inovasi di Era Digital Pada UMKM Bintang Emas di Desa Kasengan, Kecamatan. *Dinamika Sosial : Jurnal Pengabdian Masyarakat dan Transformasi Kesejahteraan*, 1, 31-39.

Cite this article as :

Pristiya, N. ., Nurkarantina, N., Meliyansyah, P. ., Wahyuni, P., & Ramlah, R.(2024). Pendampingan UMKM dalam Meningkatkan Volume Penjualan dan Inovasi di Era Digital Pada UMKM Warung Mama Ifit. *Jurnal Penelitian Dan Pengabdian Masyarakat*, 2(4), 462–471. <https://doi.org/10.61231/jp2m.v2i4.299>

Creative Commons - Attribution 4.0 International - CC BY 4.0

- Ontolay, C. F. (2024). Pendampingan Laporan Keuangan Menggunakan Aplikasi “Bukuwarung” Pada Umkm Di Toko Kuriimiicake. *Jurnal Pengabdian kepada Masyarakat Nusantara (JPkMN)*, 2930-2936.
- Pamungkas. (2023). *Memahami Volume Penjualan: dari Definisi, Bentuk Perhitungan, dan Contoh*. Retrieved from kiriminaja: <https://kiriminaja.com/blog/volume-penjualan-adalah>
- Prasetyo, D., Mu'min, K., Azzahra, M. N., Ramadani, M., Aminah, N. F., Candra, R., . . . Fitriani, W. (2024). Pendampingan Umkm Untuk Peningkatan Volume Penjualan Pada Usaha Keripik Tempe MbK Mus Di Kota Sampit. *Jurnal Pengabdian Kepada Masyarakat*, 163-168.
- Ramadhani, A., Nurwahida, Fadillah, D., Muhaemin, A. N., & Ansar. (2024). Pelatihan Dan Pendampingan Marketing Bagi UMKM di Desa Kanrung sebagai Upaya Peningkatan Penjualan. *Jurnal Panrita: Jurnal Pengabdian Kepada Masyarakat*, 22-30.
- RI, K. K. (2023, Agustus 24). *Dorong UMKM Naik Kelas dan Go Export, Pemerintah Siapkan Ekosistem Pembiayaan yang Terintegrasi*. Retrieved from ekon.go.id: <https://www.ekon.go.id/publikasi/detail/5318/dorong-umkm-naik-kelas-dan-go-export-pemerintah-siapkan-ekosistem-pembiayaan-yang-terintegrasi>
- Sodiah, Fitri, D., Aziz, S. K., Nashikha, N. L., Mukni, R. M., Sari, I. Y., & Bashori. (2022). Pendampingan Usaha Mikro Kecil Menengah (UMKM). *Jurnal Pengabdian Kepada Masyarakat*, 67-82.
- Winata, C., Sitompul, P. N., & Salim, D. (2024). Pendampingan Penyusunan Business Plan Bagi Pelaku Umkm. *Jurnal Pengabdian Bukit Pengharapan*, 1-7.
- Woelandari, D. S., & Setyawati, N. W. (2019). Sosialisasi Dan Pelatihan Pemasaran Berbasis Digital Dengan Menggunakan Media Sosial Facebook Dan Instagram Bagi Industri Rumahan Di Rt 005/Rw 001, Kel. Marga Mulya, Kec. Bekasi Utara,Kota Bekasi.