

DIGITAL SMART BUSINESS: PENGUATAN PEMASARAN DAN KEUANGAN UMKM TRUTTY'S TAHOE SUTRA DI ERA EKONOMI KREATIF

**Albertus Lalaun¹, Ennis Sarenah Kriekhoff², Theofilus Josias F. K. Matruty³,
Melda Dahoklory⁴,**

^{1,2,3}, Jurusan Akuntansi, ⁴Jurusan Teknik Elektro, Politeknik Negeri Ambon

albertuslalaun@gmail.com¹, enisserenah@gmail.com²,
theomatruty@gmail.com³, meldadahoklory@gmail.com⁴

ABSTRAK

Kegiatan Pengabdian Kepada Masyarakat (PKM) ini bertujuan untuk meningkatkan kapasitas dan daya saing UMKM Trutty's Tahoe Sutra melalui penerapan konsep *Digital Smart Business*, yang berfokus pada dua aspek utama yaitu penguatan pemasaran digital (e-commerce) dan pengelolaan keuangan sederhana. Permasalahan utama yang dihadapi mitra adalah promosi produk yang masih bersifat konvensional dan pencatatan keuangan yang belum tertata dengan baik, sehingga mempengaruhi efisiensi usaha dan pengambilan keputusan bisnis. Metode pelaksanaan kegiatan meliputi pendampingan, pelatihan, dan implementasi langsung dalam pembuatan akun e-commerce, optimalisasi media sosial bisnis, serta penerapan aplikasi pencatatan keuangan berbasis digital. Evaluasi kegiatan dilakukan melalui observasi, wawancara, dan analisis peningkatan keterampilan mitra sebelum dan sesudah kegiatan. Hasil kegiatan menunjukkan peningkatan signifikan pada kemampuan mitra dalam memanfaatkan platform e-commerce untuk promosi dan penjualan produk. Selain itu, mitra mulai menerapkan sistem pembukuan kas harian dan laporan keuangan bulanan secara mandiri. Kegiatan ini membuktikan bahwa integrasi antara pemasaran digital dan manajemen keuangan sederhana dapat menciptakan model usaha berbasis *Digital Smart Business* yang efisien, akuntabel, dan berdaya saing tinggi di era ekonomi kreatif.

Kata kunci: E-commerce, pemasaran digital, manajemen keuangan, UMKM, ekonomi kreatif.

ABSTRACT

This Community Service (PkM) program aims to enhance the capacity and competitiveness of Trutty's Tahoe Sutra MSME through the implementation of the Digital Smart Business concept, which focuses on two key aspects: strengthening digital marketing (e-commerce) and improving simple financial management. The main problems identified were the use of conventional product promotion methods and unstructured financial records, which affected business efficiency and decision-making. The program was carried out through mentoring, training, and hands-on implementation, including the creation of e-commerce accounts, optimization of social media for business promotion, and the application of digital-based financial recording tools. The evaluation was conducted using observation, interviews, and comparative analysis of partner skills before and after the program. The results show

a significant improvement in the partner's ability to utilize e-commerce. Business platforms for online promotion and sales. Moreover, the partner began to implement daily cash records and monthly financial reports independently. This activity demonstrates that integrating digital marketing with simple financial management creates an efficient, accountable, and competitive Digital Smart Business model suitable for micro, small, and medium enterprises in the creative economy era.

Keywords: E-commerce, creative economy, digital marketing, financial management.

1. PENDAHULUAN

Perkembangan teknologi digital telah membawa perubahan signifikan dalam dunia bisnis, termasuk bagi pelaku Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah (UMKM). Di era ekonomi kreatif saat ini, digitalisasi menjadi salah satu kunci keberhasilan bagi pelaku usaha dalam memperluas pasar, meningkatkan efisiensi, dan membangun daya saing. Pemanfaatan teknologi informasi, khususnya dalam bidang pemasaran digital (digital marketing) dan pengelolaan keuangan berbasis teknologi, menjadi kebutuhan yang tidak dapat dihindari bagi setiap UMKM yang ingin bertahan dan berkembang.

Trutty's Tahoe Sutra sebagai salah satu UMKM yang bergerak dalam bidang produksi dan penjualan produk kreatif lokal memiliki potensi besar untuk berkembang. Namun, dalam praktiknya, usaha ini masih menghadapi berbagai tantangan, antara lain keterbatasan dalam memanfaatkan media digital untuk promosi, belum optimalnya pencatatan dan pengelolaan keuangan usaha, serta rendahnya pemahaman terkait strategi bisnis modern yang berbasis data dan teknologi. Kondisi tersebut berdampak pada keterbatasan jangkauan pasar dan kurang efisiennya pengelolaan modal usaha.

Melalui konsep Digital Smart Business, UMKM dapat memperkuat posisi bisnisnya dengan mengintegrasikan strategi pemasaran digital yang efektif dan sistem pengelolaan keuangan yang akuntabel. Pendekatan ini tidak hanya berfokus pada peningkatan keterampilan teknis, tetapi juga membangun pola pikir adaptif terhadap perubahan teknologi dan perilaku konsumen. Dengan memanfaatkan platform digital seperti media sosial, marketplace, serta aplikasi keuangan sederhana, pelaku usaha dapat meningkatkan visibilitas produk, memperluas jaringan pelanggan, dan mengontrol arus kas secara lebih baik.

Oleh karena itu, diperlukan kegiatan pendampingan dan edukasi bagi Trutty's Tahoe Sutra untuk mengimplementasikan strategi Digital Smart Business melalui penguatan aspek pemasaran digital dan manajemen keuangan. Program ini diharapkan dapat membantu mitra dalam meningkatkan efektivitas promosi, memperluas pasar, serta menciptakan sistem pengelolaan keuangan yang transparan dan efisien. Dengan demikian, Trutty's Tahoe Sutra dapat menjadi contoh UMKM kreatif yang tangguh, inovatif, dan adaptif terhadap tantangan era ekonomi digital.

2. METODE PENELITIAN

Untuk mencapai tujuan kegiatan yang telah dirumuskan, diperlukan metode pelaksanaan yang sistematis dan terarah. Metode penelitian ini digunakan sebagai pedoman dalam merancang, melaksanakan, dan mengevaluasi kegiatan pengabdian kepada masyarakat yang berjudul “Digital Smart Business: Penguatan Pemasaran dan Keuangan UMKM Trutty’s Tahoe Sutra di Era Ekonomi Kreatif.” Melalui pendekatan ini, kegiatan dirancang agar mampu memberikan solusi nyata terhadap permasalahan mitra, khususnya dalam aspek pemasaran digital dan pengelolaan keuangan sederhana. Metode penelitian disusun dengan memperhatikan kondisi lapangan, kebutuhan mitra, serta karakteristik usaha Trutty’s Tahoe Sutra sebagai pelaku UMKM kreatif yang sedang beradaptasi dengan perkembangan teknologi digital. Pendekatan yang digunakan bersifat partisipatif, di mana mitra terlibat secara aktif dalam setiap tahapan kegiatan mulai dari identifikasi masalah, pelatihan, pendampingan, hingga evaluasi hasil. Dengan demikian, kegiatan ini tidak hanya berorientasi pada transfer pengetahuan, tetapi juga pada pemberdayaan dan peningkatan kapasitas mitra agar mampu mengelola bisnisnya secara mandiri dan berkelanjutan.

a) Pendekatan dan Jenis Kegiatan

Kegiatan ini menggunakan pendekatan deskriptif kualitatif dengan metode pendampingan dan pelatihan partisipatif (*participatory action*). Pendekatan ini dipilih karena bertujuan untuk memberikan solusi praktis terhadap permasalahan yang dihadapi mitra melalui proses interaktif antara tim pelaksana dan pelaku usaha. Kegiatan ini termasuk dalam kategori Pengabdian kepada Masyarakat berbasis penerapan IPTEKS, yang berfokus pada peningkatan kapasitas digital dan manajerial UMKM.

b) Lokasi dan Sasaran Kegiatan

Kegiatan dilaksanakan pada UMKM Trutty’s Tahoe Sutra, yang bergerak di bidang produksi dan penjualan produk kreatif lokal dengan bahan baku tahu. Sasaran kegiatan adalah:

- 👤 Pemilik dan anggota usaha Trutty’s Tahoe Sutra.
- 👤 Pihak pendukung usaha (keluarga, tenaga produksi, dan admin penjualan).

c) Tahapan Pelaksanaan

Pelaksanaan kegiatan dilakukan melalui beberapa tahapan sebagai berikut:

- 1) Tahap Persiapan: Observasi awal dan wawancara dengan pemilik usaha untuk mengidentifikasi kebutuhan dan kendala dalam pemasaran serta pengelolaan keuangan.
- 2) Tahap Pelaksanaan: Edukasi dan Pelatihan Pemasaran Digital dan Pendampingan Manajemen Keuangan Sederhana.
- 3) Monitoring dan Evaluasi: Pemantauan implementasi hasil pelatihan selama 1–2 bulan serta Evaluasi efektivitas strategi pemasaran digital dan sistem keuangan yang diterapkan.

d) Teknik Pengumpulan Data

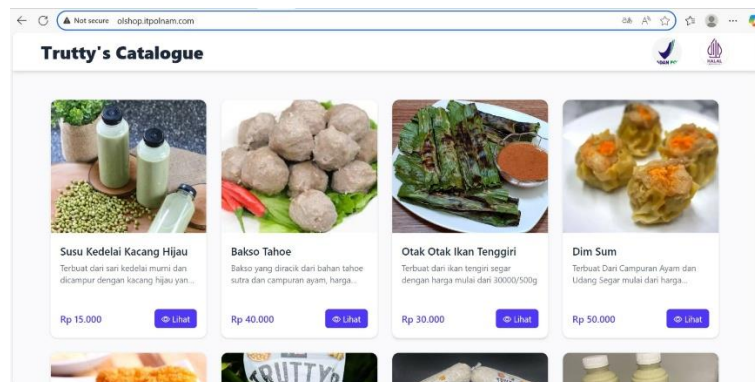
Data dikumpulkan melalui beberapa teknik berikut:

- 📌 Observasi langsung terhadap aktivitas usaha dan penggunaan media digital.
 - 📌 Wawancara mendalam dengan pemilik dan anggota UMKM.
 - 📌 Dokumentasi (foto kegiatan, hasil promosi, laporan keuangan, dan konten digital).
- e) Analisis Data: Data yang diperoleh dianalisis menggunakan metode analisis deskriptif kualitatif, yaitu dengan menafsirkan data hasil observasi, wawancara, dan dokumentasi secara sistematis. Analisis dilakukan dengan membandingkan kondisi sebelum dan sesudah kegiatan, sehingga diperoleh gambaran efektivitas program dalam meningkatkan kemampuan pemasaran digital dan pengelolaan keuangan UMKM *Trutty's Tahoe Sutra*.

3. HASIL DAN PEMBAHASAN

Kegiatan pelatihan dan pendampingan digital marketing memberikan hasil nyata terhadap peningkatan kemampuan mitra dalam memanfaatkan teknologi informasi untuk memasarkan produk. Sebelum kegiatan dilaksanakan, promosi produk *Trutty's Tahoe Sutra* masih dilakukan secara konvensional, seperti melalui penjualan langsung dan promosi dari mulut ke mulut. Kondisi ini membuat jangkauan pasar terbatas dan pertumbuhan penjualan relatif lambat.

Pelaksanaan kegiatan penguatan bisnis digital melalui pengenalan dan penerapan **sistem e-commerce** pada UMKM *Trutty's Tahoe Sutra* telah memberikan hasil yang signifikan terhadap peningkatan kapasitas pemasaran, jangkauan pasar, dan efisiensi transaksi.



Gambar 1. Aplikasi e-commerce *Trutty's Tahoe Sutra* dengan memanfaatkan Teknologi *Midtrans*

Penerapan sistem e-commerce terbukti mampu meningkatkan efektivitas pemasaran dan efisiensi transaksi pada UMKM *Trutty's Tahoe Sutra*. Melalui pendampingan intensif, mitra tidak hanya memahami teknis penggunaan platform, tetapi juga strategi promosi dan pelayanan pelanggan berbasis digital. Hasil ini sejalan dengan penelitian Turban et al. (2022) yang menyebutkan bahwa e-commerce berperan penting dalam memperluas pasar UMKM, mengurangi biaya distribusi, serta meningkatkan hubungan pelanggan melalui komunikasi dua arah secara online.

Dengan demikian, e-commerce menjadi solusi strategis dalam mewujudkan konsep Digital Smart Business, yaitu integrasi antara teknologi digital, pemasaran modern, dan pengelolaan usaha yang efisien untuk memperkuat daya saing UMKM di era ekonomi kreatif.

Dengan demikian, kegiatan ini berkontribusi dalam membangun branding digital UMKM *Trutty's Tahoe Sutra* sebagai usaha lokal yang adaptif terhadap perkembangan teknologi di era ekonomi kreatif. Sebelum pelaksanaan kegiatan, pencatatan keuangan pada *Trutty's Tahoe Sutra* belum teratur dan masih tercampur antara keuangan pribadi dan usaha. Akibatnya, pemilik usaha kesulitan memantau laba, mengatur modal, dan mengevaluasi kinerja keuangan. Melalui sesi pelatihan dan pendampingan, mitra dibekali pemahaman dasar tentang manajemen keuangan mikro, termasuk pentingnya pencatatan arus kas, pemisahan aset pribadi dan usaha, serta penyusunan laporan sederhana.

Polnam Sukses Gelar Edukasi Pemasaran Digital

Ambon, Siwalima
Tim Pengabdian Masyarakat Negeri Ambon (Polnam) sukses menyelenggarakan kegiatan edukasi bertajuk "Strategi Pemasaran Digital dan Pengelolaan Keuangan untuk UMKM Trutty's Tahoe Sutra". Kegiatan yang berlangsung di Home Industri Trutty's Tahoe Sutra, Ambon itu sebagai wujud nyata komitmen dalam melaksanakan Tri Dharma Perguruan Tinggi, khususnya di bidang Pengabdian kepada Masyarakat.

Kegiatan ini secara khusus dirancang untuk meningkatkan pemahaman dan kemampuan para

pelaku UMKM, serta mahasiswa kurungan industri yang tergabung dalam komunitas Trutty's Tahoe Sutra.

Tujuannya adalah membekali mereka dengan pengetahuan dan keterampilan yang diperlukan untuk mengelola usaha secara lebih profesional dan berdaya saing di tengah dinamika ekonomi saat ini. Dalam sesi edukasi ini, Tim Pengabdian Polnam membawakan materi komprehensif yang meliputi Strategi Pemasaran Modern, Fokus pada pemanfaatan media digital dan platform e-commerce sebagai sarana efektif untuk memperluas

jangkauan pasar.

Selain itu ada Manajemen Keuangan Usaha ada juga materi tentang panduan praktis mengenai pencatatan transaksi, perencanaan anggaran yang efisien, pengelolaan arus kas, serta analisis keuntungan dan biaya untuk keberlanjutan bisnis. Pengenalan dan Penerapan Aplikasi E-Commerce.

Ada juga konsep dan implementasi platform e-commerce untuk membantu UMKM memanfaatkan peluang besar di era digital.

• ke Halaman 9, kolom 3



Gambar 2. Publikasi Media Cetak kegiatan PKM

Setelah kegiatan, mitra mulai melakukan pencatatan transaksi harian dan penyusunan laporan arus kas setiap akhir bulan. Hasil wawancara menunjukkan bahwa mitra merasa lebih mudah dalam mengontrol pengeluaran dan mengetahui posisi keuangan usaha. Transparansi ini meningkatkan akuntabilitas dan efisiensi pengelolaan modal. Penerapan sistem keuangan sederhana ini selaras dengan konsep financial literacy for micro business yang menekankan pentingnya pemahaman keuangan sebagai dasar pengambilan keputusan usaha (Otoritas Jasa Keuangan, 2020).

Konsep Digital Smart Business menggabungkan dua aspek utama pemasaran digital dan pengelolaan keuangan dalam satu sistem pengelolaan bisnis yang saling mendukung. Pemasaran digital membantu meningkatkan permintaan dan penjualan, sedangkan manajemen keuangan memastikan keuntungan dapat dikelola secara efisien dan berkelanjutan.

Integrasi ini menciptakan perubahan nyata pada pola pikir dan perilaku manajerial pemilik *Trutty's Tahoe Sutra*. Mitra mulai memahami bahwa keberhasilan

usaha tidak hanya bergantung pada kreativitas produk, tetapi juga pada penguasaan teknologi, strategi promosi, dan pencatatan keuangan yang baik. Hasil kegiatan menunjukkan bahwa mitra mampu mengelola bisnisnya dengan lebih profesional dan adaptif terhadap tantangan ekonomi digital. Hal ini membuktikan bahwa pendekatan *Digital Smart Business* efektif diterapkan pada UMKM kreatif yang sedang bertransformasi menuju bisnis modern dan berdaya saing.

4. KESIMPULAN

Pelaksanaan kegiatan *Pengabdian kepada Masyarakat (PKM)* dengan tema Digital Smart Business: Penguatan Pemasaran dan Keuangan UMKM *Trutty's Tahoe Sutra* di Era Ekonomi Kreatif telah memberikan dampak positif terhadap peningkatan kapasitas dan kemandirian mitra dalam mengelola usaha berbasis digital.

1. Dari aspek pemasaran, penerapan sistem e-commerce memperluas jangkauan pasar, meningkatkan promosi, serta memperkenalkan produk *Trutty's Tahoe Sutra* ke konsumen di luar daerah. Mitra juga mampu mengelola toko online secara mandiri, membuat konten promosi yang menarik, serta memahami pentingnya *branding digital* untuk meningkatkan daya saing.
2. Dari aspek pengelolaan keuangan, mitra telah memiliki kemampuan dalam melakukan pencatatan transaksi secara sederhana, menyusun laporan keuangan bulanan, dan memisahkan keuangan pribadi dari keuangan usaha. Hal ini meningkatkan akuntabilitas dan efisiensi manajemen keuangan usaha.
3. Integrasi antara pemasaran digital dan manajemen keuangan sederhana menciptakan model pengelolaan usaha berbasis *Digital Smart Business* yang adaptif terhadap perkembangan teknologi dan kebutuhan pasar modern.
4. Secara keseluruhan, kegiatan ini mendorong transformasi *Trutty's Tahoe Sutra* menjadi UMKM yang lebih profesional, inovatif, dan siap bersaing di era ekonomi kreatif melalui pemanfaatan teknologi informasi.

DAFTAR PUSTAKA

- Agustina, Y., Sukmasari, D., & Zahron Idris, A. (2019). Pelatihan akuntansi keuangan dasar dan sistem pengendalian internal bagi UMKM.
- Alinsari, N. (2020). Peningkatan literasi keuangan pada umkm melalui pelatihan dan pendampingan pembukuan sederhana. *Magistrorum et Scholarium: Jurnal Pengabdian Masyarakat*, 1(2), 256-268.
- Alyona, C., & Dahoklory, M. (2024, October). PEMANFAATAN UNIFIED MODELLING LANGUAGE DALAM PERANCANGAN E-COMMERCE PENJUALAN TENUN DESA TAWIRI. In *Prosiding Seminar Nasional Terapan Riset Inovatif (SENTRINOV)* (Vol. 10, No. 1, pp. 169-176).
- Arfan, N., & Hasan, H. A. (2022). Penerapan digital marketing dalam upaya peningkatan pendapatan usaha mikro kecil dan menengah. *ILTIZAM Journal of Shariah Economics Research*, 6(2), 212-224.
- Avriyanti, S. (2022). Pengaruh inovasi produk dan teknologi informasi terhadap perkembangan usaha (studi pada UMKM bidang kuliner di Kabupaten Tabalong). *PubBis: Jurnal Pemikiran dan Penelitian Administrasi Publik dan Administrasi Bisnis*, 6(1), 61-73.
- Azlina, N., Taufik, T., Putri, S. M., & Indrapraja, M. H. D. (2020, November). Pelatihan penyusunan laporan keuangan UMKM di Kabupaten Kampar. In *Unri Conference Series: Community Engagement* (Vol. 2, pp. 66-71).
- Dahoklory, M., Jamlaay, M., & Alyona, C. (2022). Strategi Pemasaran Pariwisata Dan Produk Ekonomi Lokal Desa Larike Berbasis E-Commerce. *JURNAL PENGABDIAN MASYARAKAT IRON*, 5(1), 444-456.
- Dahoklory, M., Suatkab, S. G., Alyona, C., Salamoni, T. D., & Parera, J. A. (2024). Aplikasi, e-Commerce, Tenun, Ten IMPLEMENTASI APLIKASI "TENWIRI" BERBASIS E-COMMERCE SEBAGAI UPAYA PENINGKATAN PROMOSI UMKM PENGARAJIN TENUN DESA TAWIRI. *JURNAL SIMETRIK*, 14(1), 843-848.
- Godwin, G., Junaedi, S. R. P., Hardini, M., & Purnama, S. (2024). Inovasi bisnis digital untuk mendorong pertumbuhan umkm melalui teknologi dan adaptasi digital. *ADI Bisnis Digital Interdisiplin Jurnal*, 5(2), 41-47.
- Indiarma, V. (2023). Inovasi Teknologi Informasi dan Komunikasi di Usaha Mikro Kecil Menengah Pedesaan (Adopsi Inovasi dalam Pemanfaatan Teknologi Informasi dan Komunikasi pada UMKM di Desa Sukasari, Seluma). *Tuturlogi: Journal of Southeast Asian Communication*, 4(3), 131-141.
- Khoirudin, M. H., & Fahrullah, A. R. (2020). Implementasi Strategi Pemasaran Berbasis Internet Marketing Untuk Meningkatkan Pendapatan Pada LAZNAS Nurul Hayat Surabaya. *Jurnal Ekonomika dan Bisnis Islam*, 3(1), 71-78.
- Paranoan, N., Palalangan, C. A., & Sau, M. (2022). Mengungkap Strategi Penerapan Digital Marketing dalam Meningkatkan Pendapatan UMKM Produk Kuliner di Makassar. *Accounting Profession Journal (APAJI)*, 4(1).
- Sugiarti, Y., Sari, Y., & Hadiyat, M. A. (2020). Peranan e-commerce untuk meningkatkan daya saing usaha mikro kecil dan menengah (umkm) sambal di jawa timur. *Kumawula: Jurnal Pengabdian Kepada Masyarakat*, 3(2), 298-309.
- Trulline, P. (2021). Pemasaran produk UMKM melalui media sosial dan e-commerce. *Jurnal Manajemen Komunikasi*, 5(2), 259.