

Pemberdayaan dan Pendampingan UMKM Ikan Asap Ibu Marliya Berbasis Pengelolaan Keuangan, Inovasi Briket dan Digital Marketing

Empowerment and Assistance for Ibu Marliya's Smoked Fish MSME Based on Financial Management, Briquette Innovation, and Digital Marketing

Maya Damayanti¹, Aura Isabella Cahyani², Alfia Eka Asmawatun³, Mega Barokatul Fajri⁴

Program Studi Kewirausahaan¹, Program Studi Akuntansi², Program Studi Manajemen³

Fakultas Ekonomi dan Bisnis, Universitas Muhammadiyah Lamongan

Email: hiiimayaa08@gmail.com, auraisabellacahyani294@gmail.com, alfiaeka20@gmail.com, megabarakatulf1@gmail.com*

Abstract, *UMKM Ikan Asap Ibu Marliya is a micro, small, and medium enterprise located in Lamongan Regency. Currently, this enterprise faces several challenges, including limited promotion and traditional marketing practices, manual financial recordkeeping that results in low accuracy, and the absence of utilization of charcoal waste. Based on these conditions, this community service activity aims to improve the performance and competitiveness of UMKM Ikan Asap Ibu Marliya through integrated assistance, including digital-based financial management, briquette-based product innovation, and digital marketing. The implementation methods include identifying partner problems, training in financial record-keeping, assistance in briquette innovation, and optimization of marketing through social media and digital platforms. The results of the assistance show an increase in the partner's understanding of digital marketing strategies, the establishment of a more structured and easily applicable bookkeeping system, and the emergence of briquette product innovations that can be utilized as alternative fuel as well as additional business opportunities.*

Keywords: *MSMEs, digital marketing, digital bookkeeping, charcoal briquettes, business mentoring.*

Abstrak, *UMKM Ikan Asap Ibu Marliya merupakan salah satu UMKM yang berada di Kabupaten Lamongan. Saat ini, UMKM tersebut menghadapi beberapa permasalahan, antara lain promosi yang masih terbatas dan pemasaran yang masih bersifat tradisional, pencatatan keuangan yang masih dilakukan secara manual sehingga kurang akurat, serta belum adanya pemanfaatan limbah arang. Berdasarkan kondisi tersebut, kegiatan pengabdian ini bertujuan untuk meningkatkan kinerja dan daya saing UMKM Ikan Asap Ibu Marliya melalui pendampingan terintegrasi yang meliputi pengelolaan keuangan usaha berbasis digital, inovasi produk berbasis briket, serta digital marketing. Metode pelaksanaan kegiatan meliputi identifikasi permasalahan mitra, pelatihan pencatatan keuangan, pendampingan inovasi briket, serta optimalisasi pemasaran melalui media sosial dan platform digital. Hasil pendampingan menunjukkan adanya peningkatan pemahaman mitra terhadap strategi pemasaran digital, terciptanya sistem pembukuan yang lebih terstruktur dan mudah diterapkan, serta lahirnya inovasi produk briket yang dapat dimanfaatkan sebagai bahan bakar alternatif maupun sebagai peluang usaha tambahan.*

Kata kunci: *UMKM, pemasaran digital, pembukuan digital, briket arang, pendampingan usaha.*

PENDAHULUAN

Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah (UMKM) merupakan salah satu sektor yang memiliki peranan penting dalam menopang perekonomian nasional. UMKM berkontribusi besar dalam penciptaan lapangan kerja serta menjadi sumber penghidupan bagi sebagian besar Masyarakat (Deri et al., 2025). Keberadaan UMKM juga berperan dalam mendorong pemerataan ekonomi, khususnya di daerah, sehingga keberlanjutan dan pengembangan sektor ini perlu mendapatkan perhatian yang serius.

Perkembangan globalisasi dan kemajuan teknologi informasi telah membawa perubahan signifikan terhadap pola konsumsi dan strategi pemasaran produk. Kondisi ini menuntut pelaku UMKM untuk mampu beradaptasi dengan memanfaatkan teknologi digital sebagai sarana pemasaran. Digital marketing dinilai sebagai salah satu strategi yang efektif karena mampu memperluas jangkauan pasar untuk meningkatkan daya saing produk (Wardana & Fauziah, 2025), meningkatkan efisiensi biaya promosi, serta memberikan kemudahan dalam menjalin komunikasi dengan konsumen. Pemanfaatan media digital juga memungkinkan UMKM untuk bersaing tidak hanya di tingkat lokal, tetapi juga pada skala yang lebih luas.

Disisi lain, pemasaran digital, branding produk menjadi faktor penting dalam membangun citra dan identitas usaha. Branding yang kuat dapat memberikan nilai tambah pada produk UMKM serta meningkatkan kepercayaan konsumen. Melalui branding, produk tidak hanya dinilai dari fungsi dan harga, tetapi juga dari kualitas visual, kemasan, dan citra yang melekat pada produk tersebut. Namun, pada kenyataannya masih banyak pelaku UMKM yang belum menerapkan strategi branding secara optimal, sehingga produk yang dihasilkan belum memiliki daya tarik yang kuat dimata konsumen.

Salah satu contoh pelaku usaha yang menghadapi tantangan tersebut adalah UMKM Ikan Asap Bu Marlia di Kabupaten Lamongan, Jawa Timur. Usaha ini merupakan penghasil ikan asap tradisional yang menjadi salah satu ikon kuliner khas daerah pesisir utara Jawa. Meskipun memiliki potensi ekonomi yang tinggi dan permintaan pasar yang relatif stabil, UMKM ini masih mengalami berbagai kendala struktural dan operasional. Permasalahan utama yang dihadapi meliputi belum adanya sistem pencatatan keuangan yang teratur sehingga menyulitkan pelaku usaha dalam memantau arus kas dan menentukan keuntungan secara pasti, proses produksi yang belum efisien karena limbah arang hasil pembakaran masih dibuang dan belum dimanfaatkan secara optimal sehingga berpotensi menambah nilai ekonomis, serta strategi pemasaran yang masih dilakukan secara konvensional tanpa memanfaatkan *platform* digital secara maksimal (Anwar et al., 2023). Kondisi ini menyebabkan keterbatasan dalam pengembangan usaha, efisiensi biaya, dan jangkauan pasar.

Inovasi produk merupakan salah satu strategi penting untuk meningkatkan daya saing UMKM di era modern. Dalam kasus UMKM Ikan Asap Bu Marlia, inovasi dilakukan melalui pemanfaatan limbah jagung menjadi produk briket ramah lingkungan. Pemanfaatan limbah pertanian ini tidak hanya memberikan solusi terhadap ketergantungan bahan bakar kayu, tetapi juga mendukung praktik produksi yang berkelanjutan serta bernilai tambah ekonomi. Konsep pemanfaatan limbah menjadi energi alternatif ini sejalan dengan prinsip circular economy yang menekankan pengelolaan sumber daya secara efisien dengan mengubah limbah menjadi produk baru yang bermanfaat (Aftitah et al., 2025)

Di sisi lain, keterbatasan pengetahuan dan keterampilan pelaku UMKM dalam memanfaatkan teknologi digital masih menjadi kendala utama. Rendahnya literasi digital, kurangnya pemahaman tentang strategi pemasaran online, serta minimnya kemampuan dalam menciptakan konten promosi yang menarik menyebabkan pemanfaatan digital marketing belum dilakukan secara maksimal. Hal ini berdampak pada rendahnya visibilitas produk UMKM di pasar digital serta terbatasnya peningkatan penjualan yang diharapkan (Budiarti et al., 2024).

Tidak hanya aspek pemasaran, keberlanjutan UMKM juga dipengaruhi oleh kemampuan pelaku usaha dalam mengelola usaha secara menyeluruh, termasuk pengelolaan keuangan dan pengambilan keputusan bisnis (Khuluqi et al., 2023). Kurangnya pemahaman terhadap manajemen usaha dapat menyebabkan UMKM sulit berkembang dan rentan terhadap perubahan kondisi pasar. Oleh karena itu, penguatan kapasitas pelaku UMKM perlu dilakukan secara komprehensif agar mampu menghadapi tantangan dan memanfaatkan peluang yang ada.

Berdasarkan kondisi tersebut, kegiatan "Pemberdayaan dan Pendampingan UMKM Ikan Asap Ibu Marliya Berbasis Pengelolaan Keuangan, Inovasi Briket dan Digital Marketing" dirancang

sebagai bentuk pengabdian kepada masyarakat yang bersifat aplikatif dan solutif. Program ini bertujuan untuk memperkuat kemampuan pelaku UMKM dalam mengelola keuangan secara profesional, mengembangkan inovasi produk ramah lingkungan dari limbah pertanian, serta memanfaatkan teknologi digital sebagai sarana pemasaran yang efektif. Melalui kegiatan pelatihan dan pendampingan yang berkelanjutan, diharapkan UMKM Ikan Asap Bu Marlia mampu meningkatkan efisiensi produksi, memperluas pangsa pasar, serta mewujudkan keberlanjutan usaha yang inovatif dan adaptif terhadap perkembangan ekonomi modern.

Kegiatan ini bertujuan untuk mewujudkan pengabdian mahasiswa kepada masyarakat sekaligus penerapan ilmu yang diperoleh di Universitas Muhammadiyah Lamongan melalui pendampingan pada UMKM Ikan Asap Ibu Marliya, sebagai bagian dari pemenuhan tugas mata kuliah Interprofessional Education (IPE) melalui kerja sama lintas disiplin. Melalui kegiatan ini, mahasiswa diharapkan mampu mengidentifikasi serta mengatasi berbagai kendala yang dihadapi UMKM, khususnya dalam pengelolaan laporan keuangan, inovasi produk berupa pemanfaatan limbah ikan menjadi briket, serta penerapan strategi pemasaran digital.

Pendampingan ini juga ditujukan untuk memberikan dukungan tenaga dan gagasan kepada UMKM dalam meningkatkan efisiensi operasional, memperkuat manajemen keuangan, dan mengoptimalkan pemasaran berbasis digital, sehingga UMKM tidak hanya mampu meningkatkan daya saing dan posisi di pasar, tetapi juga mencapai keberlanjutan finansial dalam jangka panjang.

METODE PELAKSANAAN

Metode pelaksanaan kegiatan meliputi identifikasi permasalahan mitra, pelatihan pencatatan keuangan, pendampingan inovasi briket, serta optimalisasi pemasaran melalui media sosial dan platform digital. Kegiatan pengabdian kepada masyarakat ini dilaksanakan pada UMKM Ikan Asap Ibu Marliya yang berlokasi di Ngaglik Timur, Sukorejo, Kecamatan Lamongan, Kabupaten Lamongan, Jawa Timur, dengan tahapan sebagai berikut:

1. Identifikasi permasalahan mitra dilakukan melalui observasi dan wawancara langsung dengan pemilik UMKM untuk mengetahui kondisi pemasaran, sistem pencatatan keuangan, serta pemanfaatan limbah arang hasil proses pengasapan ikan.
2. Pelatihan pencatatan keuangan dilakukan melalui pendampingan pembukuan digital berbasis spreadsheet yang mencakup pencatatan transaksi harian, pemasukan dan pengeluaran, serta penyusunan laporan keuangan sederhana.
3. Pendampingan inovasi briket dilakukan melalui edukasi dan praktik langsung pengolahan limbah arang menjadi briket energi mulai dari proses pengumpulan bahan, pengolahan, hingga pencetakan briket.
4. Optimalisasi pemasaran dilakukan melalui pendampingan pemanfaatan media sosial dan platform digital, khususnya TikTok, dengan pelatihan pembuatan konten promosi dan pengelolaan akun untuk memperluas jangkauan pasar.

HASIL DAN PEMBAHASAN

1. Pelatihan dan pendampingan pencatatan keuangan digital

Kegiatan ini dilaksanakan melalui pelatihan dan pendampingan pencatatan keuangan digital pada UMKM Ikan Asap Ibu Marliya. Pelatihan difokuskan pada pengenalan pembukuan sederhana berbasis spreadsheet yang meliputi pencatatan transaksi harian, pemasukan, pengeluaran, serta perhitungan laba rugi usaha. Hasil dari kegiatan ini menunjukkan adanya peningkatan pemahaman mitra dalam mengelola keuangan usaha secara lebih tertib dan terstruktur. Output yang dihasilkan berupa format pembukuan digital yang dapat digunakan secara berkelanjutan untuk memantau kondisi keuangan usaha



Gambar 1. Pelatihan dan pendampingan pencatatan keuangan *digital*

PENCATATAN KEUANGAN IKAN ASAP BUKIT HARAU						
REKAPITULASI KEUANGAN						
PERIODE	REVENUE	EXPENSE	NET INCOME	NET ASSET	NET LIABILITY	NET EQUITY
1 Jan 2025	0	0	0	0	0	0
1 Feb 2025	100000	50000	50000	50000	0	50000
1 Mar 2025	200000	100000	100000	150000	0	150000
1 Apr 2025	300000	150000	150000	300000	0	300000
1 Mei 2025	400000	200000	200000	500000	0	500000
1 Jun 2025	500000	250000	250000	750000	0	750000
1 Jul 2025	600000	300000	300000	1050000	0	1050000
1 Aug 2025	700000	350000	350000	1400000	0	1400000
1 Sep 2025	800000	400000	400000	1800000	0	1800000
1 Okt 2025	900000	450000	450000	2250000	0	2250000
1 Nov 2025	1000000	500000	500000	2750000	0	2750000
1 Des 2025	1100000	550000	550000	3300000	0	3300000
1 Jan 2026	1200000	600000	600000	3900000	0	3900000

Gambar 2 . Pembukuan dengan aplikasi spreadsheet

2. Pendampingan inovasi pemanfaatan limbah arang menjadi briket

Pendampingan inovasi dilakukan dengan memanfaatkan limbah arang hasil proses pengasapan ikan yang sebelumnya belum dimanfaatkan secara optimal. Kegiatan meliputi edukasi dan praktik langsung pengolahan limbah arang menjadi briket energi melalui tahapan penghancuran, pencampuran dengan perekat, pencetakan, dan pengeringan. Hasil kegiatan menunjukkan bahwa limbah arang dapat diolah menjadi produk briket yang memiliki nilai guna sebagai bahan bakar alternatif. Inovasi ini tidak hanya mengurangi limbah produksi, tetapi juga berpotensi menekan biaya operasional dan membuka peluang usaha tambahan bagi UMKM



Gambar 3 . Pendampingan inovasi pemanfaatan limbah arang menjadi briket



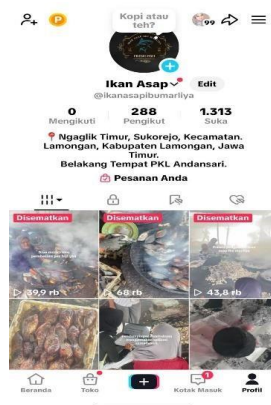
Gambar 4 . Hasil pembuatan briket

3. Optimalisasi pemasaran melalui media sosial dan platform digital

Kegiatan optimalisasi pemasaran dilakukan melalui pendampingan pemanfaatan media sosial, khususnya platform TikTok, sebagai sarana promosi produk ikan asap. Pendampingan meliputi pembuatan akun media sosial, penyusunan konten promosi, serta pengenalan strategi pemasaran digital yang sederhana dan mudah diterapkan. Hasil dari kegiatan ini menunjukkan meningkatnya pemahaman mitra mengenai pentingnya pemasaran digital dalam memperluas jangkauan pasar. Output yang dihasilkan berupa akun media sosial UMKM yang aktif digunakan sebagai media promosi produk ikan asap sehingga mampu meningkatkan visibilitas usaha di kalangan konsumen



Gambar 5 . Pendampingan pemasaran melalui media sosial dan platform digital



Gambar 6 . Hasil pembuatan media sosial



Gambar 7 . Hasil pembuatan Design logo

KESIMPULAN

Kegiatan pengabdian kepada masyarakat pada UMKM Ikan Asap Ibu Marliya di Ngaglik Timur, Sukorejo, Kecamatan Lamongan, Kabupaten Lamongan, Jawa Timur telah dilaksanakan sesuai dengan tahapan yang direncanakan. Program pendampingan yang meliputi identifikasi permasalahan mitra, pelatihan pencatatan keuangan digital, pendampingan inovasi pemanfaatan limbah arang menjadi briket, serta optimalisasi pemasaran melalui media sosial dan platform digital memberikan dampak positif terhadap peningkatan kapasitas pengelolaan usaha.

Hasil kegiatan menunjukkan bahwa mitra mampu menerapkan pencatatan keuangan secara lebih terstruktur, memahami pemanfaatan limbah arang sebagai produk bernilai tambah, serta mulai mengoptimalkan pemasaran digital untuk memperluas jangkauan pasar. Secara keseluruhan, kegiatan pengabdian ini berkontribusi dalam meningkatkan efisiensi operasional, nilai tambah produk, dan keberlanjutan usaha UMKM Ikan Asap Ibu Marliya.

SARAN

Berdasarkan hasil kegiatan pengabdian yang telah dilaksanakan, disarankan agar UMKM Ikan Asap Ibu Marliya dapat menerapkan pencatatan keuangan digital secara konsisten guna memudahkan pemantauan kondisi keuangan usaha. Selain itu, pemanfaatan limbah arang menjadi briket energi perlu dikembangkan secara berkelanjutan agar dapat memberikan nilai tambah dan efisiensi biaya produksi. Optimalisasi pemasaran melalui media sosial dan platform digital juga perlu terus ditingkatkan dengan pengelolaan konten yang rutin dan terarah. Bagi kegiatan pengabdian selanjutnya, disarankan adanya pendampingan lanjutan untuk memastikan keberlanjutan program dan peningkatan kapasitas usaha secara berkesinambungan.

DAFTAR PUSTAKA

- Aftitah, F. N., K, J. L., Hasanah, K., Lailatul, N., Bina, U., & Informatika, S. (2025). *Pengaruh UMKM Terhadap Pertumbuhan Ekonomi Di Indonesia Pada Tahun 2023 Pemerintah mendukung UMKM melalui program seperti Kredit Usaha Rakyat (KUR), meskipun penyalurannya tahun 2023 belum memenuhi target . UMKM kini terus*. 3, 32–43.
- Anwar, K., Yunus, M., Alfin, R., & Artikel, R. (2023). *Digital marketing solusi pemasaran di era digital untuk meningkatkan omset penjualan UMKM*. 6(204), 404–414. <https://doi.org/10.33474/jipemas.v6i2.19149>
- Budiarti, L., Mellinia, S. P., Fadhila, L. S., Nabila, S., Zaen, M. R., & Noviyanti, S. E. (2024). *Digital marketing sebagai strategi peningkatan penjualan produk UMKM di era digital*. 7(204), 435–453. <https://doi.org/10.33474/jipemas.v7i2.21760>
- Deri, R. R., Dida, M., Golfantara, D., & Ramadani, S. A. (2025). *Peran digital marketing dalam pengembangan usaha berbasis teknologi untuk optimalisasi strategi pemasaran UMKM The role of digital marketing in developing technologybased businesses to optimize MSME marketing strategies*. 6, 9–18.
- Khuluqi, K., Purwasih, D., & Handayani, A. (2023). *Literasi Pemasaran dan Keuangan Berbasis Digital UMKM Sambal Pecel Bu Susy*. 1(1), 142–154.
- Wardana, D., & Fauziah, S. (2025). *No Title TRANSFORMASI DIGITAL UMKM: PERAN PEMASARAN DIGITAL TERHADAP KEBERLANJUTAN KEUANGAN MELALUI PERTUMBUHAN PENJUALAN*. 10(2), 162–171.