

## STRATEGI PENGELOLAAN KEUANGAN, PENINGKATAN KONSISTENSI PRODUKSI, DAN BRANDING DIGITAL DALAM MENINGKATKAN PENJUALAN KERUPUK KAMANG

IHSANI MAZELFI<sup>1</sup>, RATIH RAMADHANI<sup>2</sup>, ADILA ADISTI<sup>3</sup>,  
DENDI ADI SAPUTRA<sup>4</sup>, WELLYALINA<sup>5</sup>

Universitas Andalas, Indonesia <sup>1,2,3,4,5</sup>  
Email: [ihsanimazelfi@eb.unand.ac.id](mailto:ihsanimazelfi@eb.unand.ac.id) <sup>1\*</sup>

**Abstract:** *This community service program aims to address three main issues faced by the partner: production, marketing, and managerial aspects. In production, problems include poor water quality, inconsistent production, product durability in packaging, and the absence of microbiological testing. Good water quality and stable supply are essential for maintaining product quality and production efficiency. In marketing, the challenges involve unprofessional packaging, limited understanding of digital marketing, and low brand awareness. Professional packaging and digital marketing strategies can enhance product value and branding. In financial management, issues include unsystematic bookkeeping, suboptimal pricing strategies, limited understanding of cost of goods sold (COGS), lack of PIRT certification, and unregistered brand intellectual property. Proper financial recording and COGS knowledge are crucial for cash flow control and accurate pricing. The program aims to improve financial management efficiency, ensure consistent production quality, and enhance branding and digital marketing. Expected outputs include a nationally accredited journal article, intellectual property registration, media publication, and promotional video.*

**Keywords:** MSMEs; Digital Marketing; SIAPIK; Water Filter; Brand Awareness.

**Abstrak:** Pengabdian ini bertujuan untuk menyelesaikan tiga permasalahan utama yang dihadapi oleh mitra: produksi, pemasaran, dan manajerial. Pada aspek produksi, masalah meliputi kualitas air yang kurang baik, ketidakkonsistensi produksi, ketahanan produk dalam kemasan, dan belum dilakukan uji mikrobiologi. Kualitas air yang baik dan pasokan stabil penting untuk menjaga kualitas produk dan efisiensi produksi. Pada bidang pemasaran, masalahnya adalah kemasan yang belum profesional, kurangnya pemahaman tentang digital marketing, dan rendahnya kesadaran merek. Kemasan profesional dan strategi digital marketing dapat meningkatkan nilai jual dan branding. Pada aspek keuangan, masalahnya adalah pencatatan keuangan yang belum sistematis, strategi pricing yang optimal, pemahaman tentang HPP, sertifikasi PIRT, dan pendaftaran HKI merek. Pencatatan keuangan yang baik dan pengetahuan tentang HPP penting untuk mengontrol arus kas dan menetapkan harga yang sesuai. Tujuan pengabdian ini adalah meningkatkan efisiensi pengelolaan keuangan, memastikan kualitas dan konsistensi produksi, serta meningkatkan branding dan pemasaran digital. Luaran yang ditargetkan meliputi artikel di jurnal terakreditasi nasional, HKI, artikel dimedia masa, dan video promosi.

**Kata Kunci:** UMKM; Pemasaran digital; SIAPIK; Filter Air; Kesadaran Merek.

### A. Pendahuluan

Sektor pertanian masih menjadi sektor yang mendominasi perekonomian di Sumatera Barat dengan menyumbang 21,34% terhadap Produk Domestik Regional Bruto (PDRB) Provinsi pada triwulan ketiga tahun 2024. Meskipun bukan merupakan komoditas unggulan di Sumatera Barat, ubi jalar merupakan salah satu komoditas pertanian yang potensial dikembangkan karena merupakan komoditas pangan lokal yang memiliki beragam jenis olahan dan bernilai ekonomis. Menurut data BPS pada tahun 2022 produksi ubi di Sumatera Barat sebesar 122.958 ton dengan luas lahan 3.609 hektar. Salah satu pangan tradisional yang berasal dari ubi jalar yang terkenal adalah Kerupuk Kamang yang telah diproduksi sejak ratusan tahun lalu.

Salah satu UMKM memproduksi kerupuk kamang adalah Kerupuk Kamang Dua Saudara yang berlokasi di Nagari Kamang, Kab. Agam. Usaha ini adalah usaha turun temurun

milik Ibu Gadih untuk membantu memenuhi perekonomian keluarga sejak tahun 2003 dengan 4 karyawan. Proses produksi Kerupuk Kamang Dua Saudara dimulai dari membersihkan ubi kayu, merebus ubi kayu dan menggiling dengan menggunakan mesin. Lalu pekerja membuat adonan dengan ditambahkan daun bawang dan garam dan adonan digiling hingga tipis dan diletakkan diatas triplek dan dicetak dalam bentuk bulat). Adonan dijemur dengan menggunakan samia (anyaman dari bambu) hingga kering. Kerupuk dikemas menggunakan kemasan plastik biasa yang dieratkan menggunakan karet atau tali. Hasil produksi kerupuk kamang hanya berupa kerupuk mentah dan dijual kepada tengkulak bukan pada konsumen langsung.



Gambar 1. Proses Produksi Kerupuk Kamang

Mitra merupakan binaan Tim PKM pada tahun 2023 dan 2024. Tim telah menyelesaikan beberapa permasalahan pada tahun 2024 dan hasilnya adalah 1) membuat tiga varian baru yaitu, siap saji original, mentah udang, dan siap saji udang, 2) meningkatkan kapasitas produksi dengan penambahan alat produksi berupa, mesin penggiling, kompor gas, alat penggorengan, ayakan udang, dan blender, 3) pendampingan uji gizi di Laboratorium Teknologi Hasil Pertanian Universitas Ekasakti, surat dengan nomor 73/LH-UJI/FP/UNES/2024, 4) pelatihan pembuatan SOP produksi, 5) meningkatkan kualitas produk dengan menggunakan kemasan *zipper*, 6) meningkatkan jangkauan pangsa pasar melalui pembuatan akun media sosial dan video youtube, 7) pemasaran offline melalui Bazaar Dies Natalis FEB Unand, 8) meningkatkan keahlian mitra dengan bimbingan teknis membuat laporan keuangan dan persediaan, 9) membantu pengurusan legalitas usaha yaitu dokumen NIB, 10) mendaftarkan paten sederhana formula kerupuk kamang varian udang.



Gambar 2. Kegiatan Produksi Varian Kerupuk Kamang Udang Original dan Siap Saji

Namun mitra memiliki permasalahan pada aspek produksi, aspek pemasaran, dan aspek manajerial. Pada aspek produksi, mitra masih terkendala dengan pasokan air yang tidak stabil dan kurang bersih sehingga pada proses membersihkan bahan baku, pencampuran adonan dan proses perebusan tidak efektif dan efisien. Masalah lain ialah kerupuk kamang tidak tahan lama, kerupuk siap santap hanya bertahan 1 bulan sedangkan kerupuk mentah hanya 3 bulan, hal ini mengurangi daya saing di pasar dengan produk sejenis. Salah satu penyebabnya ialah kemasan yang belum tersegel dengan baik hanya menggunakan *ziplock* tanpa diseler dan tidak menggunakan silica gel yang berfungsi untuk menjaga kelembapan dan mencegah pertumbuhan jamur dan bakteri. Selain itu, produksi kerupuk kamang masih terkendala ketidakonsistenan produksi dimana produk tidak selalu *readystock* sehingga menyebabkan

pesanan tidak dapat dipenuhi tepat waktu. Kotler & Keller (2016) menjelaskan bahwa ketidakmampuan memenuhi permintaan pasar dapat menyebabkan kehilangan pelanggan dan berkurangnya loyalitas konsumen, yang pada akhirnya berdampak pada hilangnya potensi pendapatan.



Gambar 3. Kemasan *Zipper* dan Desain Kemasan Berisi Informasi Kerupuk Kamang Dua Saudara

Pada aspek pemasaran, penjualan telah dilakukan baik secara offline (langsung kepada konsumen dan melalui pameran) dan secara online (instagram). Melalui bazar yang pernah diikuti mitra mampu 167 pack kerupuk kamang dalam sehari. Namun karena keterbatasan waktu dan informasi, masih belum banyak event pameran yang bisa diikuti oleh mitra. Upaya pemasaran di sosial media yaitu Instagram telah dilakukan sejak tahun 2024, akan tetapi hanya menjangkau konsumen di sekitar Kabupaten Agam dan Kota Padang dengan total penjualan paling banyak 30 pack dalam setiap bulan. Upaya promosi melalui akun Instagram sejauh ini hanya memanfaatkan fitur gratis. Berdasarkan siklus hidup produk, Kerupuk Kamang Dua Saudara berada pada tahapan pengenalan (*introduction stage*). Cara yang bisa digunakan untuk mengembangkan bisnis dengan cepat pada fase ini adalah melalui *intensive promotion*, yaitu menerapkan pemasaran iklan digital, media sosial dan endorsement konten (menciptakan konten yang menarik dan bekerja sama dengan *influencers* yang sesuai dengan pengikut akun instagram), pemasaran produk (mendukung konsumen tentang keunggulan produk untuk membangun kepercayaan pasar), *penetration price* (menetapkan strategi harga rendah), dan menggunakan iklan (fitur iklan berbayar). Pada aspek manajerial, mitra belum memiliki pencatatan laporan keuangan yang sistematis sehingga sulit untuk menghitung dengan tepat biaya operasional. Mitra juga belum memiliki pengetahuan strategi pricing dan perhitungan Harga Pokok Penjualan (HPP) sehingga kesulitan menentukan harga dan menghitung keuntungan apalagi jika terjadi fluktuasi harga bahan baku. Mitra juga masih belum mendaftarkan HAKI merek brand Kerupuk Kamang Dua Saudara.



Gambar 4. Pemasaran melalui Instagram dan Bazar

Pengabdian ini adalah tindak lanjut dari pengabdian sebelumnya yang telah dilakukan tim pengabdian dan Universitas Andalas selama dua tahun berturut-turut dalam menyelesaikan permasalahan mitra. Inovasi dalam pengabdian ini adalah melakukan strategi pemasaran *intensive promotion* berdasarkan tahapan siklus hidup bisnis dan pencatatan keuangan digital melalui aplikasi SIAPIK. Tujuan khusus pengabdian ini adalah 1) Meningkatkan kapasitas dan kualitas produksi kerupuk melalui penambahan alat air bersih dan bahan baku produksi, 2) Meningkatkan ketersediaan produk kerupuk kamang melalui peningkatan kemampuan mitra dalam menciptakan produk yang konsisten dan *readystock*, 3) Meningkatkan kualitas produk melalui kemasan profesional dan tersealer dengan baik, 4) Meningkatkan keamanan produk dengan melakukan uji mikrobiologi, 5) Meningkatkan pengetahuan mitra dalam pemanfaatan *digital marketing*, 6) Meningkatkan kepedulian konsumen melalui video promosi dan keikutsertaan dalam pameran yang sesuai dengan target pasar, 7) memberikan pelatihan pencatatan keuangan digital SIAPIK, 8) bimbingan teknis strategi pricing yang optimal dan perhitungan HPP, dan 9) pendampingan pengurusan sertifikasi PIRT (Pangan Industri Rumah Tangga), 10) pendampingan pengurusan HKI merek. Untuk menjawab tujuan kegiatan maka dalam pengabdian ini melibatkan 5 orang dosen dan 5 orang mahasiswa yang akan mendampingi mitra dalam peningkatan dan konsistensi produksi serta menjalankan strategi *intensive promotion* dan implementasi dalam pemasaran yang sejalan dengan IKU 3. Beberapa luaran yang dihasilkan diantaranya, publikasi jurnal, publikasi pada media cetak/online, video kegiatan dan promosi, dan HKI merek.

## B. Metodologi Penelitian

Metode yang digunakan pada program pengabdian ini antara lain adalah *focus group discussion*, sosialisasi, pelatihan, penerapan teknologi, pendampingan, evaluasi dan keberlanjutan program. Dalam merumuskan metode yang digunakan, tim ahli bersama mitra mengawali dengan *focus group discussion* untuk mengelompokkan permasalahan dan menentukan metode penyelesaian permasalahan yang tepat dan sesuai dengan kondisi yang dihadapi mitra saat ini. Metode penyelesaian masalah dikelompokkan dalam tiga aspek yaitu aspek produksi, pemasaran dan manajerial. Penjabaran metode yang digunakan pada setiap aspek terdapat pada tabel 1

Tabel 1. Metode Pelaksanaan Kegiatan

Aspek	Program Kegiatan	Metode
Produksi	1. Penerapan Alat Filterisasi Air	1. Penerapan Teknologi Filterisasi Air Dalam Upaya Menyediakan Air Bersih Sebagai Pendukung Produksi Kerupuk Kamang. Teknologi yang diterapkan adalah alat filterisasi air dengan tiga tahap penyaringan sehingga dapat menghasilkan air menjadi bersih dan layak untuk dikonsumsi, serta yang paling utama dapat digunakan dalam proses pencucian ubi dan merebus ubi pada pembuatan kerupuk kamang. Selain itu, dengan adanya ketersediaan air bersih pada rumah produksi, mitra dapat meningkatkan produksi kerupuk kamang dan lebih menghemat waktu dan biaya. Karena selama ini untuk kebutuhan air sebagai proses produksi mitra membeli air dari luar rumah produksi. Untuk kelancaran penerapan teknologi ini, mitra berperan menyediakan sumber air (sumur, air tanah atau sumber lainnya) yang akan difilterisasi.
	2. Uji Mikrobiologi di Laboratorium Tersertifikasi	2. Pendampingan Uji Mikrobiologi. Uji Mikrobiologi dilakukan untuk memastikan keamanan kerupuk kamang dari kontaminasi bakteri atau mikroorganisme lainnya sehingga aman untuk dikonsumsi.

Pemasaran	1. Pendampingan Pembuatan Konten Promosi	1. Pendampingan Pembuatan Konten Promosi Promosi pada Akun media sosial Instagram dan Tiktok dengan username: @kerupukkamangduasaudara. Mitra dipandu dalam membuat konten promosi secara berkala.
Manajerial	1. Pelatihan Dan Pendampingan Pencatatan Keuangan Digital Dengan Menggunakan SIAPIK	1. Pelatihan Dan Pendampingan Pencatatan Keuangan Digital Dengan Menggunakan SIAPIK Khusus UMKM. SIAPIK mampu membantu UMKM dalam melakukan pencatatan keuangan yang lebih mudah namun telah sesuai dengan Standar Akuntansi Keuangan Entitas Mikro Kecil Menengah (SAK-EMKM). Sehingga mempermudah mitra dalam mengelola keuangan usaha, mengetahui keuntungan dan kerugian yang diperoleh, dan mengetahui perkembangan bisnis.
	2. Bimbingan Teknis Strategi Pricing Dan Perhitungan HPP	2. Bimbingan Teknis Strategi <i>Pricing</i> dan Perhitungan HPP. Strategi ini memberikan pemahaman kepada mitra dalam menentukan harga yang tepat berdasarkan biaya dan produk serupa dan kompetitif, serta menghindari kerugian jika terjadi fluktuasi harga bahan baku yaitu ubi kayu ( <i>cassava</i> ).
	3. Pendampingan pengurusan PIRT	3. Pendampingan Pengurusan PIRT. PIRT merupakan salah satu persyaratan penting untuk menjalankan usaha makanan (legalitas). Sehingga penting untuk mengurus dan memiliki PIRT.
	4. Pendampingan pengurusan HKI Merek	4. Pendampingan Pengurusan HKI sebagai legalitas merek dagang HKI merek merupakan salah satu persyaratan penting untuk menjalankan usaha makanan (legalitas). Sehingga Mitra akan memiliki hak eksklusif terhadap HKI merek sehingga produsen lain tidak dapat menggunakan merek, nama dan logo tanpa izin.

### C. Hasil dan Pembahasan

Kegiatan pengabdian kepada masyarakat bersama mitra Kerupuk Kamang Dua Saudara terdiri dari 6 kegiatan dan berfokus pada aspek produksi, pemasaran dan manajemen. Berikut hasil pelaksanaan kegiatan pengabdian kepada masyarakat sesuai aspek permasalahan mitra:

1. **Aspek Produksi**, Pada aspek produksi kegiatan berfokus pada instalasi filter air untuk menunjang proses produksi, menguji kualitas air sebelum dan sesudah di pasang filter, membuat jadwal produksi setiap bulannya, menggunakan kemasan yang lebih bagus dan kedap udara, dan melakukan pengujian ketahan produk di labor berstandarisasi. Berdasarkan implementasi seluruh kegiatan pada aspek produksi dapat disimpulkan bahwa ketersediaan sumber daya air bersih untuk operasional produksi telah terjamin. Pentingnya UMKM menerapkan standar kebersihan dan keamanan pangan. Ini mencakup penggunaan bahan baku yang terjamin, proses produksi yang higienis, hingga pengemasan yang aman, demi menjaga kualitas produk.

Berikut dokumentasi kegiatan aspek produksi:



Gambar 1. Dokumentasi Kegiatan FGD dan Penyusunan Jadwal Produksi pada Tanggal 8 Juni 2025

Tabel 1. Kegiatan Pengabdian Aspek Pemasaran

	Kegiatan	Hasil	Capaian Luaran
1	Memasang Tandon dan sistem filtrasi air	<ul style="list-style-type: none"> <li>▪ Terpasangnya sistem filtrasi air yang berfungsi untuk menjernihkan dan meningkatkan kualitas air.</li> <li>▪ Tersedianya tandon air dengan kapasitas 1000 L</li> <li>▪ Adanya aliran air bersih yang lebih stabil dan terjamin untuk mendukung kegiatan produksi.</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>▪ Memiliki sumber air bersih untuk produksi</li> </ul>
2	Menyusun jadwal produksi	<ul style="list-style-type: none"> <li>▪ Terlaksananya pelatihan bagi pekerja terkait standar produksi.</li> <li>▪ Pekerja memiliki pemahaman yang sama tentang alur dan target produksi.</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>▪ Jadwal produksi untuk satu semester berisi data rinci jumlah produksi</li> </ul>
3	Menggunakan teknologi pengemasan yang lebih baik	Telah digunakan teknologi pengemasan yang lebih baik untuk meningkatkan ketahanan produk	Kemasan yang lebih baik menggunakan Alumunium foil dan umur simpan produk lebih panjang
4	Melakukan uji mikrobiologi	Uji mikrobiologi terhadap produk telah dilakukan	Adanya dokumen/laporan resmi hasil uji laboratorium.



Gambar 2. Dokumentasi Kegiatan Instalasi Tandon dan Filter Air pada Tanggal 30 Agustus 2025



Gambar 3. Dokumentasi Uji Kualitas Air Sebelum Pemasangan Filter

Parameter	Satuan	Hasil Analisa	Batas Maksimum	Metode
Kelembutan *	NTU	5,49	<3	SNI 2481:1999, 21302 B, 2022
Warna	TCU	12,8	10	SNI 6909:2011
Padatan Tersuspensi Total	mg/L	1,32	<300	SNI 6909:2011
Suhu di Laboratorium *	°C	21,0	Suhu Udara A.2	SNI 6909:2011
Bau *	-	Tidak berbau	Tidak Berbau	SNI 2481:1999, 21302 B, 2022
Asam Laboratorium	-	10,06	8,5 - 8,0	SNI 6909:2011
Asam (Sebagai H <sup>+</sup> ) Terlarut	mg/L	3,20	20	SNI 2481:1999, 4900-NC35:R1, 2025
Meat (Sebagai H <sup>+</sup> ) Terlarut	mg/L	0,02	3	SNI 6909:2011
Chlorium Yodium & *	mg/L	<0,01	0,01	SNI 6909:2011
Besi (Fe) Terlarut	mg/L	0,999	0,3	SNI 6909:2011
Mangan (Mn) Terlarut	mg/L	<0,040	0,1	SNI 6909:2011

\* Titik Titik Maksimum Ruang Lingkup Akreditasi KAN (LP-003-009)  
\* di bawah titik tersebut Laboratorium

Gambar 4. Dokumentasi Uji Kualitas Air Sesudah Pemasangan Filter

### Hasil Pengujian Kualitas Air sebelum dipasang filter

Pengujian kualitas air dilakukan pada sampel yang diambil dari lokasi Limau Kambing, Kamang Hilia pada tanggal 27 Mei 2025 (Gambar 3). Tujuan utama pengujian ini adalah untuk mengetahui kandungan zat besi (Fe) dalam air yang digunakan oleh mitra, serta membandingkannya dengan standar kualitas air yang berlaku. Sebagai acuan, digunakan standar kadar besi maksimum sebesar 0,3 mg/L.

Berdasarkan hasil uji kandungan zat besi, kandungan zat besi dalam air tercatat sebesar 0,999 mg/L (setara dengan 999 ppb). Nilai ini lebih dari tiga kali lipat di atas ambang batas standar yang ditetapkan. Uji lanjutan juga menunjukkan bahwa kadar besi telah mencapai kategori melebihi 999 ppb, sehingga kondisi air tergolong berbahaya. Dengan temuan ini, dapat dipastikan bahwa air sampel dari Limau Kamang tidak memenuhi standar kualitas air bersih, baik untuk konsumsi langsung maupun pemakaian sehari-hari tanpa pengolahan terlebih dahulu.

Dari hasil tersebut dapat disimpulkan bahwa air sampel dari Limau Kamang tidak layak digunakan sebagai sumber air bersih untuk kebutuhan rumah tangga maupun konsumsi. Kadar besi yang terlalu tinggi berpotensi menimbulkan masalah kesehatan, sekaligus dampak ekonomi bagi masyarakat, seperti kerusakan peralatan rumah tangga akibat timbunan kerak besi, perubahan rasa serta warna air, hingga penurunan kualitas produk apabila digunakan dalam proses produksi pangan.

### Hasil Pengujian Kualitas Air setelah dipasang filter

Setelah dilakukan pemasangan filter, sampel air kembali diuji di laboratorium terakreditasi pada tanggal 8 September 2025. Hasil uji menunjukkan adanya perbaikan signifikan pada kualitas air yang diperoleh mitra. Beberapa parameter utama seperti kekeruhan (5,49 NTU), warna (12,8 TCU), dan padatan tersuspensi total (1,32 mg/L) seluruhnya masih

berada di bawah baku mutu yang dipersyaratkan. Suhu air tercatat 21°C, sesuai dengan standar kualitas air bersih (Gambar 4). Uji bau di laboratorium juga menunjukkan bahwa air tidak berbau, sejalan dengan baku mutu.

Parameter kimia memperlihatkan hasil yang baik. Kandungan nitrit (0,20 mg/L), nitrat (1,00 mg/L), serta kromium heksavalen (<0,003 mg/L) seluruhnya berada jauh di bawah batas maksimum yang diizinkan. Yang paling penting, kadar besi (Fe) terlarut <0,03 mg/L, jauh lebih rendah dibanding hasil uji sebelum pemasangan filter yang mencapai 0,999 mg/L. Nilai ini tidak hanya memenuhi standar baku mutu (0,3 mg/L), tetapi bahkan jauh di bawah ambang batas tersebut.

Secara keseluruhan, hasil analisis laboratorium membuktikan bahwa pemasangan filter telah berhasil menurunkan kandungan zat besi secara drastis sekaligus memperbaiki parameter fisik maupun kimia air. Dengan demikian, air dari sumber Limau Kamang kini dapat dikategorikan memenuhi syarat sebagai air bersih yang layak digunakan dalam proses pengolahan pangan, termasuk produksi kerupuk ubi. Air bersih yang sesuai standar sangat penting untuk menjaga higienitas, keamanan pangan, serta kualitas rasa dan tekstur kerupuk ubi yang dihasilkan.

2. **Aspek Pemasaran**, pada aspek pemasaran kegiatan berfokus pada pemanfaatan media sosial instagram dan membuat konten menarik dan konsisten di media sosial untuk meningkatkan kesadaran merek di kalangan konsumen. Kegiatan pemasaran yang fokus pada pemanfaatan media sosial Instagram, khususnya melalui produksi konten yang menarik dan konsisten, terbukti efektif dalam meningkatkan kesadaran merek di kalangan konsumen [2]. Keberlanjutan strategi ini diharapkan akan memperkuat posisi merek di pasar. Berikut kegiatan yang dilaksanakan untuk menyelesaikan permasalahan mitra di bidang pemasaran:

Tabel 2. Kegiatan Pengabdian Aspek Pemasaran

	Kegiatan	Hasil	Capaian Luaran
1	Merubah desain kemasan yang mencantumkan nilai gizi dan nomor PIRT untuk meningkatkan profesionalisme dan daya tarik produk.	<ul style="list-style-type: none"><li>Desain kemasan baru selesai dibuat dengan tampilan lebih informatif dan menarik.</li><li>Informasi nilai gizi tercantum jelas sesuai aturan label pangan.</li><li>Nomor PIRT tertera di kemasan sebagai bukti legalitas produk</li></ul>	<ul style="list-style-type: none"><li>Kemasan baru</li></ul>
2	Memfaatkan media sosial dan strategi promosi digital untuk meningkatkan brand awareness dan menjangkau pasar yang lebih luas.	<ul style="list-style-type: none"><li>Akun media sosial yang dibuat adalah Instagram dan Tiktok dengan username: @kerupukkamang</li><li>duasaudara. Mitra sudah post beberapa konten di media sosial.</li></ul>	<ul style="list-style-type: none"><li>Media sosial yang memiliki dashboard jangkauan</li></ul>
3	Membuat konten menarik dan konsisten di media sosial untuk meningkatkan kesadaran merek di kalangan konsumen.	<ul style="list-style-type: none"><li>Membuat jadwal konten</li><li>Video promosi terdiri dari proses produksi kerupuk kamang serta kegiatan pengabdian yang dilakukan</li></ul>	<ul style="list-style-type: none"><li>Saat ini sudah ada beberapa draft untuk ditayangkan di media sosial</li><li>Draft video dalam tahapan editing untuk segera dipublikasikan</li></ul>

Berikut dokumentasi kegiatan aspek produksi:



Gambar 5. Dokumentasi Kegiatan Re Design Kemasan dan PIRT pada Tanggal 9 Agustus 2025



PEMERINTAH REPUBLIK INDONESIA  
PERIZINAN BERUSAHA UNTUK MENUNJANG KEGIATAN USAHA  
SERTIFIKAT PEMENUHAN KOMITMEN PRODUKSI PANGAN OLAHAN  
INDUSTRI RUMAH TANGGA (SPP-IRT)  
LAMPIRAN PB-UMKU: 23022300438590000001

1. No. Pendaftaran	: P-IRT 2111306010613-20
2. Nama IRTP	: GADH
3. Nama Pemilik	: GADH
4. Alamat	: LIMAU KAMBING JORONG BARUK
5. Provinsi	: SUMATERA BARAT
6. Kabupaten/Kota	: KAB. ADAM
7. Kecamatan	: Kamang Melayu
8. Desa	: Kamang Mudiak
9. Jenis Produk Pangan	: Hasil olahan biji-bijian, kacang-kacangan, dan umbi.
10. Nama Jenis Pangan	: Kerupuk Singkong
11. Branding Produk	: Kerupuk Kamang Dua Saudara
12. Komposisi	: Singkong, Daun Bawang, Garam, Utiang
13. Kemasan Primer	: Plastik
14. Masa Berlaku Sertifikat	: 30-10-2025

Gambar 6. Sertifikat PIRT



Gambar 7. Sertifikat PIRT Desain Kemasan Aluminium Foil yang Mencantumkan Nilai Gizi dan Nomor PIRT



Gambar 8. Dokumentasi Kegiatan Pelatihan Pemasaran Digital Instagram pada Tanggal 15 juni 2025

3. **Aspek manajemen**, kegiatan ini ditekankan pada pendampingan pengurusan dokumen administrasi dan pendampingan membuat laporan keuangan dengan SIAPIK, menghitung HPP, dan pendaftaran HKI. Berdasarkan kegiatan yang telah dilaksanakan, dapat disimpulkan bahwa mitra telah mendapatkan pendampingan yang komprehensif dalam hal pengurusan administrasi yang kesemuanya bertujuan untuk meningkatkan tata kelola bisnis yang profesional. Aplikasi SIAPIK efektif untuk membantu UMKM menyusun laporan keuangan [3]. Perhitungan HPP sangat penting karena menjadi dasar yang akurat bagi UMKM untuk menentukan harga jual produk yang tepat [4]. Pendaftaran HKI memberikan hak eksklusif kepada UMKM, yang mencegah produk atau merek mereka ditiru. Hal ini tidak hanya melindungi dari persaingan tidak sehat, tetapi juga meningkatkan nilai ekonomi dan daya saing usaha [5].

Berikut kegiatan yang telah dilakukan:

Tabel 3. Kegiatan Pengabdian Aspek Manajemen

	Kegiatan	Hasil	Capaian Luaran
1	Menggunakan aplikasi digital seperti SIAPIK untuk mencatat.	Mitra ahli menggunakan aplikasi digital seperti SIAPIK untuk mencatat keuangan secara sistematis	Kemasan baru
2	Menerapkan strategi pricing yang optimal berdasarkan perhitungan HPP dan analisis pasar.	Memperoleh Sertifikat PIRT	Sertifikat PIRT disimpan oleh Mitra
3	Melanjutkan proses sertifikasi PIRT untuk memastikan produk aman dikonsumsi dan memenuhi standar kesehatan.	Memperoleh Sertifikat HKI	Sertifikat HKI disimpan oleh Mitra



Gambar 9. Dokumentasi Kegiatan Pelatihan SIAPIK dan Pehitungan HPP pada Tanggal 10 Agustus 2025

Kegiatan akhir adalah Evaluasi yang bertujuan untuk melihat apakah tujuan yang telah ditetapkan pada aspek produksi, aspek pemasaran, dan aspek manajemen benar-benar tercapai. Ini bukan hanya tentang menyelesaikan kegiatan, tetapi juga tentang menilai dampak nyata yang dihasilkan. Menurut hasil penelitian yang dilakukan oleh Chairunnisa, et al., program pendampingan pada kerupuk Kamang Dua Saudara memberikan dampak positif dalam meningkatkan pemahaman mitra tentang pentingnya pemasaran online dan diferensiasi produk. Kombinasi antara inovasi produk dan pemanfaatan teknologi digital merupakan kunci vital untuk meningkatkan posisi kompetitif UMKM di pasar yang semakin ketat.



Gambar 10. Dokumentasi Evaluasi Kegiatan pada Tanggal 31 Agustus 2025

#### D. Penutup

Berdasarkan hasil pelaksanaan kegiatan pengabdian pada mitra kerupuk kamang dua saudara, kegiatan ini memberikan dampak yang nyata bagi mitra dalam aspek produksi, manajemen, dan pemasaran. Instalasi sistem filtrasi air telah memastikan ketersediaan sumber air bersih sesuai standar, penggunaan aplikasi SIAPIK membantu pencatatan keuangan yang lebih sistematis, dan strategi pemasaran digital melalui media sosial berhasil meningkatkan kesadaran merek produk kerupuk kamang dua saudara. Selain itu, perolehan dokumen PIRT, pengajuan HKI merek, serta pengujian kualitas produk menjadi indikator penting peningkatan profesionalisme dan legalitas usaha mitra. Meskipun terkadang dihadapkan pada keterbatasan sumber daya manusia dan hambatan komunikasi karena lokasi mitra, seluruh luaran yang direncanakan berhasil dicapai sesuai target. Diharapkan kegiatan ini tidak hanya memperkuat kemandirian mitra kerupuk kamang dua saudara dalam mengelola usaha secara berkelanjutan,

tetapi juga menjadi contoh praktik pemberdayaan UMKM berbasis inovasi, teknologi, dan tata kelola yang baik di tingkat lokal.

### E. Ucapan Terima Kasih

Penulis mengucapkan terima kasih kepada Lembaga Penelitian dan Pengabdian kepada Masyarakat (LPPM) Universitas Andalas atas dukungan pendanaan melalui Kontrak Pengabdian kepada Masyarakat Tingkat Universitas Andalas Program Kemitraan Masyarakat Membantu Usaha Berkembang Batch I Nomor: 13/UN16.19/PM.03.03/PKM-MUB/2025 tanggal 14 April 2025. Dukungan ini telah memungkinkan terlaksananya kegiatan pengabdian berjudul “Strategi Pengelolaan Keuangan, Peningkatan Konsistensi Produksi, dan Branding Digital dalam Meningkatkan Penjualan Kerupuk Kamang.” Penulis juga menyampaikan apresiasi kepada seluruh mitra, pihak terkait, serta masyarakat yang telah berpartisipasi aktif sehingga kegiatan ini dapat berjalan dengan baik dan memberikan manfaat bagi pengembangan usaha lokal.

### Daftar Pustaka

- Chairunnisya, C., Adisti, A., Ramadhani, R., Mazelfi, I., & Wellyalina. (2025). Meningkatkan Daya Saing Kerupuk Kamang melalui Diferensiasi Produk dan Strategi Pemasaran Digital. *Journal of Economic and Social Empowerment*, 5(2), 1-15.
- Dushkova, D., & Ivlieva, O. (2024). Empowering communities to act for a change: A review of the community empowerment programs towards sustainability and resilience. *Sustainability*, 16(19), Article 8700. <https://doi.org/10.3390/su16198700>
- Haldane, V., Chuah, F. L. H., Srivastava, A., Singh, S. R., Koh, G. C. H., Seng, C. K., & Legido-Quigley, H. (2019). Community participation in health services development, implementation, and evaluation: A systematic review of empowerment, health, community, and process outcomes. *PLOS ONE*, 14(5), e0216112. <https://doi.org/10.1371/journal.pone.0216112>
- Junaidi. (2020). Pemanfaatan Aplikasi Keuangan SIAPIK dalam Pembuatan Laporan Keuangan UMKM. *Jurnal Akuntansi dan Bisnis*, 7(2), 123-135.
- Khatri, R. B., Endalamaw, A., Erku, D., Wolka, E., Nigatu, F., Zewdie, A., & Assefa, Y. (2024). Enablers and barriers of community health programs for improved equity and universal coverage of primary health care services: A scoping review. *BMC Primary Care*, 25, Article 385. <https://doi.org/10.1186/s12875-024-02629-5>
- Marisyah, F. (2022). Analisis Perhitungan Harga Pokok Produksi Menggunakan Metode Full Costing Untuk Menentukan Harga Jual Pada UMKM Tempe Pak Rasman Oku Selatan. *Ekonomica Sharia: Jurnal Pemikiran dan Pengembangan Ekonomi Syariah*, 7(2), 141-150.
- McNeish, R., Albizu-Jacob, A., & Memmoli, C. (2022). Engaging the community to effectively plan and implement community-based mental health programs. *The Journal of Behavioral Health Services & Research*, 49, 149–161. <https://doi.org/10.1007/s11414-021-09767-z>
- R Ramadhani, A Adisti, Chairunnisya. (2024). Strategi Pengembangan Usaha Kerupuk Kamang Melalui Inovasi Produk Dan Pemasaran Digital. *JURPIKAT (Jurnal Pengabdian Kepada Masyarakat)* 5 (2), 320-331.
- Shafira, A., Aurellia, A. F., Nurriszki, D., & Wiratmadja, I. I. (2020). Kebijakan Pengembangan dan Pembinaan Industri Kecil Modern pada Industri Pengolahan Pangan. *Jurnal Inovasi Industri*, 1(2), 45-58.
- Tarigan, E. Y. T., Adelia, A., & Dalimunthe, N. (2023). Upaya Perlindungan Hak Kekayaan Intelektual (HKI) terhadap Usaha Mikro Kecil dan Menengah (UMKM). *Maliyah: Jurnal Hukum Islam dan Pengembangan Ekonomi Syariah*, 13(1), 29-49.