

**ARTIKEL PENGABDIAN MASYARAKAT INOVASI PRODUK DAN
TATA KELOLA UMKM BERBASIS KOMODITAS LEMON MELALUI
PENDAMPINGAN PEMBUKUAN DAN PROMOSI DIGITAL**

Jinny Fitria Nur Kumala

Program Studi Manajemen,
Fakultas Ekonomi dan Bisnis,
Universitas 17 Agustus 1945 Surabaya
nurkumalajinnyfitria@gmail.com

Jessica Kheisa Rahakbauw

Program Studi Manajemen,
Fakultas Ekonomi dan Bisnis,
Universitas 17 Agustus 1945 Surabaya
rahakbauwjessica9@gmail.com

Cindy Berliana Wibowo

Program Studi Ilmu Komunikasi,
Fakultas Ilmu dan Politik,
Universitas 17 Agustus 1945 Surabaya
cindyberlianaaa@gmail.com,

Ghalih Daffa Ragasiwi

Program Studi Teknik Industri,
Fakultas Teknik,
Universitas 17 Agustus 1945 Surabaya
ghalihdafa.jr@gmail.com

Ricky Alejandro Martin

Univeristas 17 Agustus 1945 Surabaya
rickymartin@untag-sby.ac.id

ABSTRAK

Kegiatan pengabdian ini bertujuan untuk mendampingi pelaku UMKM dalam meningkatkan inovasi produk dan tata kelola usaha melalui pembukuan sederhana dan promosi digital. Mitra dari kegiatan ini adalah Ibu Lina pemilik kebun lemon dan memiliki usaha lemon yang memproduksi minuman dari sari lemon seperti lemon serih, lemon kayu manis, dan menjual buah lemon segar hingga ke luar pulau seperti Kalimantan dan Bali. Usaha ini bermula dari keinginan memanfaatkan buah lemon yang berlimpah agar tidak terbuang sia-sia. Permasalahan yang dihadapi meliputi keterbatasan variasi produk, belum memiliki identitas visual, tidak adanya sistem pembukuan, serta kurangnya kemampuan dalam memanfaatkan aplikasi sebagai media untuk promosi digital. Metode kegiatan menggunakan pendekatan kualitatif deskriptif dengan model partisipatif. Kegiatan dilakukan selama 12 hari secara langsung dengan mitra, melalui sosialisasi, pelatihan, dan praktik bersama sesuai dengan kebutuhan mitra. Dari sisi tata kelola, mitra didampingi dalam

menyusun template pembukuan berbasis spreadsheet yang mudah digunakan untuk mencatat pemasukan dan pengeluaran harian. Sementara pada aspek promosi, mitra diberikan pelatihan penggunaan aplikasi Canva untuk membuat konten promosi visual, serta CapCut untuk menyusun video pendek sebagai materi pemasaran di media sosial. Hasil kegiatan menunjukkan peningkatan pemahaman mitra terhadap pentingnya pencatatan transaksi dan promosi digital. Mitra juga menunjukkan kemandirian dalam memanfaatkan teknologi digital serta memiliki produk baru yang dapat memperluas jangkauan pasar. Kegiatan ini diharapkan menjadi modal pendampingan sederhana namun dapat direplikasi pada UMKM lain dengan karakter serupa.

Kata Kunci: *UMKM, Lemon, Inovasi Produk, Pembukuan Sederhana, Promosi Digital, Pemberdayaan, Pengabdian Masyarakat*

ABSTRACT

This community service activity aims to assist MSME (Micro, Small, and Medium Enterprise) actors in improving product innovation and business management through simple bookkeeping and digital promotion. The partner in this activity is Mrs. Lina, the owner of a lemon orchard who runs a lemon-based business producing beverages from lemon extract such as lemongrass-lemon and cinnamon-lemon, as well as selling fresh lemons to other regions, including Kalimantan and Bali. This business began as an effort to make use of the abundant lemon harvest so that it would not go to waste. The problems faced include limited product variation, the absence of a visual brand identity, lack of a financial recording system, and low digital literacy in using applications for marketing purposes. The method applied in this program uses a descriptive qualitative approach with a participatory model. Activities were carried out over 12 days in direct collaboration with the partner through socialization, training, and hands-on practice tailored to the partner's needs. In terms of business management, the partner was guided in developing a spreadsheet-based bookkeeping template to record daily income and expenses. Meanwhile, in the promotional aspect, the partner received training in using Canva to create visual marketing content and CapCut to produce short promotional videos for social media platforms. The results of the activity indicate an increase in the partner's understanding of the importance of financial record-keeping and digital promotion. The partner also demonstrated independence in utilizing digital tools and successfully developed a new product that has the potential to reach a wider market. This activity is expected to serve as a simple yet replicable empowerment model for other MSMEs with similar characteristics.

Keywords: *MSME, Lemon, Product Innovation, Simple Bookkeeping, Digital Promotion, Empowerment, Community Service*

A. PENDAHULUAN

Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah (UMKM) memiliki peran penting dalam meningkatkan perekonomian lokal, khususnya dalam meningkatkan kesejahteraan masyarakat dan memperluas lapangan pekerjaan. Di Indonesia, penguatan sektor

menjadi bagian dari agenda strategis nasional sebagaimana tercantum dalam Rencana Pembangunan Jangka Menengah Nasional (RPJMN) 2020–2024. Salah satu tujuannya adalah mewujudkan masyarakat yang mandiri, sejahtera, dan adil melalui pembangunan ekonomi yang berbasis keunggulan daerah serta didukung oleh sumber daya manusia yang berkualitas dan kompetitif (Kementerian Koperasi dan UMKM, 2019). Meskipun demikian, banyak UMKM menghadapi tantangan dalam hal inovasi produk, pencatatan keuangan, serta strategi pemasaran yang adaptif terhadap perkembangan zaman.

UMKM lemon milik Bu Lina menjadi salah satu contoh UMKM yang memiliki hambatan tersebut, beliau memanfaatkan kebun lemon miliknya sendiri kemudian mengolahnya menjadi produk yang bernilai jual seperti minuman sari lemon serih dan sari lemon kayu manis. Produksi awal dilakukan untuk mengurangi pemborosan lemon yang terbuang sia-sia dan dibagikan kepada orang-orang terdekat sebelum akhirnya dijual. Biasanya beliau akan merestock minuman sari lemonnya setiap 2 minggu sekali dengan jumlah yang cukup banyak lalu didistribusikan di warung-warung terdekat. Beliau sengaja tidak mau membuat minuman sari lemon setiap hari agar tetap menjaga kualitasnya. Tidak hanya itu, buah lemon segarnya pun telah terjual hingga ke luar pulau, seperti pulau Kalimantan dan Bali.

Lemon sendiri memiliki nilai biofarmaka dan berpotensi diolah menjadi produk yang memiliki nilai ekonomi. Tanaman biofarmaka memiliki khasiat kesehatan, baik untuk pencegahan maupun pengobatan penyakit (Oktavianita & Sofyana, 2020). Kandungan nutrisi dalam lemon sangat beragam, mulai dari vitamin B3, riboflavin, tiamin, asam folat, vitamin C, hingga mineral seperti magnesium, kalsium, dan kalium yang penting bagi kesehatan tubuh (Pal, 2017). Kandungan tersebut telah terbukti memiliki manfaat medis, seperti riboflavin yang membantu mengurangi risiko kanker (Suwannasom, 2020), kalsium untuk pencegahan osteoporosis (Cormick & Belizán, 2019), serta magnesium untuk terapi migrain dan metabolisme tubuh (Schwalfenberg & Genuis, 2017).

Oleh karena itu program pengabdian ini bertujuan untuk membuat inovasi baru guna meningkatkan daya saing produk berupa pembuatan selai lemon dan melakukan pendampingan dalam pengembangan promosi digital melalui pembuatan logo, banner, dan stiker, serta memberikan template pembukuan berbasis spreadsheet untuk membantu pelaku UMKM dalam mencatat transaksi pemasukan dan pengeluaran dengan sederhana namun tetap sistematis.

Meskipun telah memiliki pasar penjualan yang luas, UMKM Bu Lina masih perlu meningkatkan kemampuan promosi digital agar dapat beradaptasi dengan perubahan pola konsumsi yang lebih mengandalkan platform digital. Pemasaran digital menjadi pendekatan yang relevan dalam era ini, karena memungkinkan pelaku usaha menjangkau konsumen secara luas melalui berbagai saluran seperti media sosial, iklan online, email marketing, dan optimalisasi mesin pencari (Sari et al., 2023). Instagram dan Facebook merupakan media sosial yang umum digunakan karena mudah diakses oleh semua kalangan (Gede et al., 2023). Digital marketing tidak hanya bertujuan mempromosikan produk, tetapi juga membangun citra merek dan memperkuat interaksi dengan pelanggan (Windyaningsih & Nugraeni, 2023). Kini, sistem promosi berbasis web dan aplikasi digital telah menjadi kebutuhan

penting bagi para pemilik usaha, termasuk bagi UMKM, karena kemudahan akses dan kemampuan belanja online yang fleksibel dan real-time (Edi Irawan, 2022).

Di tengah perkembangan teknologi saat ini, penguasaan alat-alat digital menjadi keterampilan yang wajib dimiliki oleh pelaku UMKM agar dapat bersaing secara global. Sayangnya, tidak banyak UMKM yang memahami penggunaan teknologi tersebut secara optimal (Wardhani et al., 2023). Kemampuan mendesain juga semakin dibutuhkan untuk mendukung aktivitas ekonomi dan promosi (Satiti et al., 2022). Hal ini mendorong penggunaan aplikasi desain grafis seperti Canva, yang kini mulai marak digunakan di berbagai sektor usaha (Wahidin et al., 2022).

Canva merupakan aplikasi desain yang mudah digunakan, bahkan oleh pemula sekalipun. Aplikasi ini menawarkan berbagai fitur dan template menarik untuk membuat materi promosi seperti poster, banner, hingga video (Safitri et al., 2023; Saiful et al., 2023). Desain dapat dibuat melalui komputer maupun ponsel, dengan kualitas visual yang baik dan format ekspor yang beragam seperti PDF dan JPG (Zulkarnain & Fauziyah, 2022; Munanjar et al., 2023). Canva juga memungkinkan kolaborasi antarpengguna dan tersedia secara gratis, menjadikannya solusi efisien untuk UMKM (Fiani & Hanif, 2022; Zubair et al., 2023). Beberapa program pelatihan terbukti mampu meningkatkan keterampilan desain mitra UMKM menggunakan Canva (Satiti et al., 2022; Putri & Nurdin, 2024).

Selain Canva, aplikasi CapCut juga menjadi pilihan dalam proses editing dan pembuatan video promosi. Aplikasi ini mudah dioperasikan dan memiliki fitur-fitur yang mendukung pembuatan konten visual yang menarik dan berkualitas (Heribertus et al., 2024; Holisah et al., 2023). Namun, kurangnya pengetahuan dan keterampilan dalam mengoperasikan CapCut dan Canva masih menjadi hambatan bagi sebagian pelaku UMKM, termasuk UMKM lemon milik Ibu Lina.

B. METODE PENELITIAN

Kegiatan pengabdian masyarakat ini menggunakan pendekatan kualitatif deskriptif dengan partisipatif yang melibatkan mitra secara langsung dalam setiap tahapan kegiatan. Pendekatan ini dipilih guna menggambarkan kondisi nyata UMKM di lapangan secara mendalam, terutama tentang pengolahan produk, pencatatan keuangan, dan promosi yang dijalankan oleh pelaku usaha. Data dikumpulkan melalui observasi, wawancara, dan dokumentasi selama proses pendampingan berlangsung.

Adapun tahapan yang dilaksanakan meliputi:

1. Observasi dan Identifikasi Masalah

Observasi dilakukan di rumah milik Ibu Lina guna mengetahui kondisi riil usaha lemon yang dikelola, termasuk proses memproduksi, distribusi, strategi pemasaran, hingga pencatatan keuangan. Selain melakukan observasi, wawancara juga diperlukan untuk mengumpulkan data lebih mendalam serta mencari tahu kendala yang dialami oleh mitra. Hasil observasi menunjukkan adanya kebutuhan dalam inovasi produk, promosi digital, dan pembukuan usaha.

2. Perancangan Program Pendampingan
Berdasarkan hasil identifikasi, terdapat beberapa program yang akan dilakukan yaitu:
 - a. Penciptaan produk inovatif berupa selai lemon untuk variasi hasil olahan lemon.
 - b. Desain media promosi visual berupa logo usaha, stiker buah, dan banner pemasaran.
 - c. Penyusunan template pembukuan digital melalui spreadsheet, yang disesuaikan dengan karakteristik usaha mikro.
 - d. Pelatihan penggunaan aplikasi Canva dan CapCut untuk desain promosi dan pembuatan konten video yang menarik.
3. Pelaksanaan Sosialisasi dan Pelatihan
Kegiatan utama dilakukan secara langsung melalui:
 - a. Sosialisasi pembuatan selai lemon dan uji coba hasil.
 - b. Pelatihan Canva dengan pendampingan teknis *step-by-step* dalam membuat logo, stiker, dan banner.
 - c. Pelatihan penggunaan CapCut dimulai dari pengenalan fitur-fitur dasar hingga praktik menggunakan video secara langsung.
 - d. Pendampingan dalam pembuatan pembukuan keuangan dan menjelaskan cara menginput data keuangan harian

Metode ini berorientasi pada praktik langsung agar materi lebih mudah dipahami dan dapat segera diterapkan oleh mitra UMKM. Meskipun kegiatan dilakukan dalam kegiatan terbatas pendekatan ini terbukti efektif dalam meningkatkan keterampilan dasar mitra di bidang pengolahan produk dan promosi digital.

C. HASIL DAN PEMBAHASAN

Program pengabdian ini berhasil meningkatkan daya saing UMKM milik Ibu Lina melalui inovasi produk dan pelatihan promosi digital. Salah satu capaian penting adalah pengembangan selai lemon sebagai diversifikasi produk olahan lemon. Proses pembuatan dilakukan bersama mitra dengan pendekatan praktik langsung, menggunakan bahan dari kebun sendiri, kemudian dikemas dalam bentuk yang menarik dan mudah dijual. Produk ini mendapat sambutan positif dari masyarakat, menandakan bahwa inovasi sederhana dapat menciptakan peluang ekonomi baru jika dikemas secara tepat. Di sisi lain, pelatihan penggunaan Canva dan CapCut turut memperkuat kapasitas promosi mitra. Melalui Canva, mitra berhasil merancang logo, stiker kemasan, dan materi promosi visual yang lebih profesional. Sementara pelatihan CapCut memungkinkan mitra membuat video promosi singkat yang menampilkan proses produksi dan manfaat selai lemon secara menarik. Kehadiran konten digital ini meningkatkan potensi pemasaran produk secara daring, serta memperluas jangkauan pasar UMKM.



Gambar 1. Penyerahan banner usaha kepada mitra



Gambar 2. Produk inovasi selai lemon

Selain aspek inovasi produk dan promosi digital, pendampingan dalam penyusunan pembukuan keuangan digital berbasis spreadsheet juga menjadi komponen krusial dalam program ini. Sebelum pendampingan dilakukan, mitra belum memiliki sistem pencatatan transaksi yang terstruktur. Melalui template pembukuan sederhana yang disusun oleh tim, mitra mulai melakukan pencatatan pemasukan dan pengeluaran secara rutin. Langkah ini mempermudah pemantauan arus kas dan mendukung perencanaan produksi yang lebih efisien. Selain itu, keberadaan pembukuan menjadi fondasi penting dalam evaluasi usaha dan berpotensi mendukung proses pengembangan usaha maupun pengajuan akses pembiayaan di masa mendatang.



Gambar 2. Template spreadsheet pembukuan keuangan

Hasil keseluruhan kegiatan menunjukkan bahwa kebutuhan utama pelaku UMKM tidak hanya terbatas pada dukungan finansial, melainkan juga mencakup pendampingan langsung serta pemahaman praktis terkait manajemen dan pemasaran. Program ini tidak semata menitikberatkan pada capaian teknis, tetapi juga mendorong transformasi pola pikir mitra terhadap pengelolaan usahanya. Ibu Lina, sebagai mitra, menunjukkan perkembangan positif dengan meningkatnya inisiatif dalam inovasi produk, keterlibatan aktif dalam perencanaan strategi pemasaran, serta kesadaran yang lebih baik dalam pengelolaan keuangan usaha secara mandiri.

Secara keseluruhan, kegiatan ini menunjukkan bahwa program pengabdian yang di rancang sesuai kebutuhan nyata di lapangan mampu menghasilkan dampak langsung. Pendekatan partisipatif yang di lakukan selama 12 hari terbukti efektif dalam meningkatkan keterampilan dasar mitra di bidang pengolahan produk, manajemen usaha, dan promosi digital. Diharapkan, keberhasilan program ini dapat menjadi model pemberdayaan yang dapat direplikasikan pada UMKM lain, khususnya yang berbasis komoditas pertanian lokal dan memiliki potensi berkembang namun belum terfasilitasi secara optimal

D. KESIMPULAN

Kegiatan pengabdian Masyarakat yang dilaksanakan selama 12 hari berhasil memberikan kontribusi nyata dalam peningkatan kapasitas UMKM lemon milik Ibu Lina, khususnya dalam aspek inovasi produk, pengelolaan usaha, dan promosi digital. Melalui pendekatan partisipatif dan berbasis praktik langsung, mitra dapat menciptakan produk baru berupa selai lemon yang bernilai jual, memiliki identitas visual usaha yang lebih kuat, serta mulai memahami pentingnya pencatatan keuangan secara sistematis melalui pembukuan sederhana berbasis spreadsheet. Selain itu, pelatihan penggunaan aplikasi canva dan CapCut berhasil meningkatkan kemampuan mitra dalam membuat materi promosi yang lebih menarik dan mudah dibagikan melalui media sosial. Seluruh rangkaian kegiatan ini menunjukkan bahwa pendampingan sederhana namun tepat sasaran dapat memberikan dampak positif terhadap perkembangan UMKM berbasis potensi lokal. Agar program seperti ini dapat berjangka Panjang, sebaiknya dilakukan pendampingan lanjutan dalam bentuk monitoring berkala dan penguatan jejaring pemasaran secara daring maupun luring. Pemerintah daerah, institusi Pendidikan, maupun komunitas lokal diharapkan dapat menjadikan kegiatan serupa sebagai model pemberdayaan berkelanjutan yang adaptif terhadap perkembangan teknologi dan kebutuhan pelaku usaha kecil. Selain itu, UMKM juga diharapkan lebih proaktif dalam mencari peluang inovasi produk dan memperkuat keterampilan digital guna meningkatkan daya saing era pasar modern yang semakin kompetitif.

DAFTAR PUSTAKA

- Erpurini, W., Ramadhan, I. K., Indahsari, S. (2023). Strategi Promosi Digital dalam Menarik Minat Beli Konsumen PT Sinverho Energi Indonesia. *Jurnal literasi sains*. 2(1), 95-107. DOI: <https://doi.org/10.55123/sosmaniora.v2i1.1761>

- Huizen, L. M., Christioko, B. V., Handayani, T. 2023. Pemanfaatan aplikasi Capcut untuk membuat video digital marketing sebagai strategi promosi inovatif produk UMKM. *Jurnal Pengabdian Kepada Masyarakat*. 1(2). 133-144. DOI: <https://doi.org/10.26623/dimastik.v1i2.7277>
- Riche, Saragih, J., Chandra, W., Ariwibowo, S., Napitupulu, S. 2025. Evaluasi Keberhasilan Aplikasi CapCut dalam Pembuatan Video Promosi Produk: Pendekatan DeLone and McLean. *Jurnal Sains Teknologi dan Sistem Informasi*. 5(1). 138-146. DOI: <https://doi.org/10.54259/satesi.v5i1.4181>
- Putri, A. D., Santoso, B. 2024. Pembuatan Konten Digital melalui Aplikasi Canva dan Capcut sebagai Penunjang Kegiatan Promosi Toko Kelontong di Kecamatan Kenjeran, Kota Surabaya. *Jurnal Kewirausahaan Cerdas dan Digital*. 1(3). 106-112. DOI: <https://doi.org/10.61132/jukerdi.v1i3.162>
- Mesra, R. Monica, W. S., Anton, E. E., Sari, D. K. 2024. Pelatihan Capcut video editing untuk meningkatkan skill dan daya saing mahasiswa Pendidikan di dunia kerja. *Communnity Development Journal*. 5(3). 5381-5391. DOI: <https://doi.org/10.31004/cdj.v5i3.30013>
- Natsir, K., Bangun, N., Alodia, N., Rahmat, B. I. 2024. Perancangan konten video promosi produk UMKM menggunakan aplikasi berbasis AI. *Jurnal Serina Abdimas*. 2(3). 1335-1341. DOI: <https://doi.org/10.24912/jsa.v2i3.32337>
- Chandra, H., Arismawati, P., Wahyuni, A. E., Azizah, F. N., Zahiroh, N. Z., Erlina.M.E., Julianugrah,M.F., 2024. Pelatihan aplikasi untuk meningkatkan keterampilan Masyarakat dalam merancang produk UMKM. *ABDIMAS AWANG LONG*. (2). 70-79. DOI: <https://doi.org/10.56301/awal.v7i2.1221>
- Sinaga, T. L. T., Pabulo. A. M. A. 2024. Pendampingan digital marketing untuk meningkatkan efesiensi pemasaran pada UMKM omah jamu. *ABDIMAS AWANG LONG*. 7(2). 80-85. DOI: <https://doi.org/10.56301/awal.v7i2.1247>
- Utami. R.T., Sambodja. E., Nurhadinah, Siahaan.P., 2024. Manajemen pemasaran UMKM Jeruk Lemon dan Kripik Kentang di Desa Wisata Margaluyu. *ABDIMAS AWANG LONG*. 7(2). 101-109. DOI: <https://doi.org/10.56301/awal.v7i2.1157>
- Muizaningtyas. A.R.E.B., Putri. S.D., Pranita., Hilda.,Meidhita., Alvin., Ferdyanto.M., Jembar., Indreswari.R., Inovasi pemanfaatan lemon carlifornia (citrus limon (L.) Burm.f.) sebagai upaya pemberdayaan Masyarakat desa segorogunung dan untuk meningkatkan imunitas. *Prosiding Seminar Nasional INIMUS*. 5. 1724-1736.