



Pemberdayaan “Perempuan Ladang” melalui Pemanfaatan Fintech dan Komersialisasi untuk Meningkatkan *Income* PHKom Perempuan Aman Menteng

Yusnaini^{1*}, Fitri Handayani², Hendy³

^{1*2,3}Program Studi Akuntansi, Sekolah Tinggi Manajemen Bisnis Multi Sarana Manajemen Administrasi Dan Rekayasa Teknologi, Medan, Indonesia

Email: ^{1*}yusnaini1010@gmail.com, ²fitrihandayani@stmb-multismart.ac.id, ³hendy@stmb-multismart.ac.id

Abstract

Women of the Field, specifically the women of PHKom Perempuan AMAN Menteng, have limited knowledge about Fintech and the overall marketing stages of products. Partners also lack knowledge about the importance of intellectual property rights for a product's brand. The aim of this community service activity is to assist partners in enhancing their knowledge in accounting, specifically on the use of fintech such as E-Wallets (OVO and Dana) and QRIS for digital payments. In marketing, it involves applying marketing strategies to products, starting from packing, branding, and promotion, and helping partners register their brand's intellectual property rights. This activity was conducted with the women of PHKom Perempuan Aman Menteng, in Amplas Village, Deli Serdang Regency, about 8 km from STMB MULTISMART. The location was chosen because the village has a community of women who own fields and home-based businesses as their main source of income. The results of this community service are that the partners are now able to use digital wallets like OVO and Dana, and QRIS for cashless transactions. Additionally, in terms of marketing, partners have more modern production and packing tools, which have improved productivity, and their product brand is now registered with intellectual property rights. The result of the activity implementation is that the partner has become more productive in producing products due to the availability of production support equipment, which has led to an increase in the partner's income.

Keywords: *Women of The Field, Financial Technology, Marketing.*

Abstrak

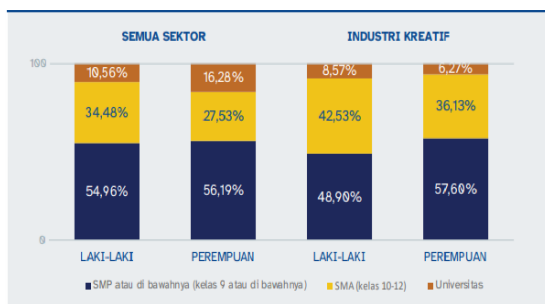
Perempuan dari PHKom Perempuan AMAN Menteng memiliki pengetahuan yang terbatas tentang Fintech dan tahap pemasaran produk secara keseluruhan. Mitra juga kurang memahami pentingnya hak kekayaan intelektual untuk merek produk. Tujuan dari kegiatan pengabdian masyarakat ini adalah untuk membantu mitra meningkatkan pengetahuan mereka dalam akuntansi, khususnya dalam penggunaan fintech seperti E-Wallet (OVO dan Dana) serta QRIS untuk pembayaran digital. Dalam pemasaran, kegiatan ini melibatkan penerapan strategi pemasaran pada produk, mulai dari pengemasan, branding, dan promosi, serta membantu mitra mendaftarkan hak kekayaan intelektual merek mereka. Kegiatan ini dilakukan pada perempuan dari PHKom Perempuan Aman Menteng, di Desa Amplas, Kabupaten Deli Serdang, sekitar 8 km dari STMB MULTISMART. Lokasi ini dipilih karena desa tersebut memiliki komunitas perempuan yang memiliki ladang dan usaha rumahan sebagai sumber pendapatan utama mereka. Hasil dari pengabdian masyarakat ini adalah mitra kini mampu menggunakan dompet digital seperti OVO dan Dana, serta QRIS untuk transaksi nontunai. Selain itu, dalam hal pemasaran, mitra telah memiliki alat produksi dan pengemasan yang lebih modern, yang meningkatkan produktivitas, dan merek produk mereka kini telah terdaftar dengan hak kekayaan intelektual. Hasil pelaksanaan kegiatan, mitra lebih produktif dalam menghasilkan produk dikarenakan ada alat penunjang produksi sehingga berdampak pada peningkatan pendapatan mitra.

Kata Kunci: Perempuan Ladang, Finansial Teknologi, Pemasaran.

A. PENDAHULUAN

Pemberdayaan perempuan merupakan upaya dalam membuat perempuan mampu memperoleh akses atau kontrol terhadap sumber daya, ekonomi, politik, sosial atau bidang lainnya. Terdapat beberapa upaya pemerintah yang dilakukan dalam memberdayakan kaum perempuan, salah satunya yaitu di bidang ekonomi dengan cara meningkatkan jumlah perempuan dalam kegiatan ekonomi dan ketenagakerjaan (Hubeis, 2010; Harahap, 2012; Nur, 2019). Upaya ini dilakukan pemerintah salah satu yaitu dengan cara memberikan dana hibah kepada perguruan-perguruan tinggi sebagai perpanjangan tangan pemerintah dalam mewujudkan *Millenium Development Goals* (MDGs) (Wahyuningsih 2018; Kumar, et al., 2016; Amadi et al. 2023).

Pemerintah memberikan perhatian khusus pada peran perempuan dalam ekonomi kreatif untuk menunjang sektor perekonomian nasional, seperti terlihat dalam gambar 1 berikut.



Gambar 1. Peran Perempuan dalam Semua Sektor dan Industri Kreatif

Sumber: Badan Pusat Statistik, 2021

Gambar 1 menunjukkan bagaimana perempuan mendominasi dari segala sektor, terutama dalam industri ekonomi kreatif yang umumnya didominasi oleh perempuan dengan tingkat pendidikan SMP atau dibawahnya yang mencapai 57,69%. Sehingga dalam hal ini diperlukan peran Pemerintah dan Akademisi dalam memberikan literasi dan pelatihan terkait dengan kegiatan usaha yang dijalankan baik dalam bidang akuntansi ataupun pemasaran.

Pengurus Harian Komunitas (PHKom) Perempuan Aman (Persekutuan Perempuan Adat Nusantara) merupakan salah satu unit organisasi yang berada di Wilayah Sumatera Utara yang beralamat di di Jl. Keramat Indah, Medan Tenggara, Kec. Medan Denai, Kota Medan, Sumatera Utara yang setiap anggota organisasinya memiliki ladang yang dapat dikelola sebagai sarana yang digunakan untuk mata pencaharian masyarakatnya.

Wilayah ini memiliki potensi yang besar dalam menghasilkan produk tani dikarenakan tanahnya yang subur. Namun, berdasarkan analisis situasi tim menemukan bahwa masyarakat yang awalnya fokus

bertani kini ada yang beralih membuat produk untuk bisa dijual dalam rangka meningkatkan pendapatan. Masyarakat yang memutuskan membuat produk ini, karena didasarkan pada kondisi cuaca dan udara yang tidak menentu dan jangka waktu panen yang relatif lama yaitu bekisar di atas 1 bulan. Sehingga banyak anggota pengurus yang berinisiatif menciptakan produk usaha untuk menambah income. Salah satunya yaitu yang dilakukan oleh ibu UUN salah satu pengurus Anggota PHKom Perempuan Aman yang membuat Produk Jahe Gula Semut dan Jahe Gula Merah dan beberapa ibu-ibu lain yang membuat produk berupa makanan seperti tape ketan hitam, ayam penyet dan lainnya. Namun penjualan produk ini masih terbatas hanya untuk relasi dan warga sekitar, dikarenakan produk masih di Packing dengan sederhana dan proses penjualan serta promosi yang masih kurang efektif.

Permasalahan ini memerlukan keterlibatan akademisi untuk pendampingan berkelanjutan pada PHKom Perempuan Aman dalam melakukan peningkatan pada sisi Akuntansi, Pemasaran dan pendaftaran merek produk. Pada bidang akuntansi, diperlukan penyuluhan dan pelatihan untuk penggunaan Financial teknologi dimulai dari proses transaksi awal produk sampai dengan penarikan uang hasil penjualan produk. Pada bidang pemasaran, diperlukan penyuluhan dan pelatihan terkait packaging produk, branding produk dan juga promosi produk berupa video iklan dari produk yang dihasilkan yang nantinya akan dibantu oleh tim dan anggota mahasiswa. Yang terakhir yaitu HKI atau pendaftaran produk mitra untuk memperoleh hak kekayaan intelektual.



Gambar 2. Kondisi produk mitra sebelum pelaksanaan kegiatan

Mengacu pada analisis situasi yang dilakukan berdasarkan observasi, wawancara dan penyelenggaraan Program PMP tahun pertama dengan mitra, maka terdapat tiga permasalahan prioritas mitra yang ditemukan, yaitu: (1) Knowledge yang terbatas terhadap finansial teknologi, mitra merupakan kelompok perempuan aman yang umumnya merupakan ibu rumah tangga yang memiliki ladang atau lahan untuk bertani. Namun mitra memiliki usaha untuk menambah pendapatan karena keterbatasan penghasilan dari hasil ladang. Usaha mitra merupakan produk yang mudah dijual dan diterima oleh masyarakat, sehingga peluang dalam menjangkau pasar lebih luas ada namun keterbatasan mitra dalam

memanfaatkan platform digital masih terbatas, seperti pemanfaatan financial teknologi dalam melakukan transaksi penjualan; (2) Pemasaran dan Komersialisasi Produk, berdasarkan keterangan dari mitra pemasaran mitra masih bekisar pada kolega dan warga sekitar dengan packaging yang masih sangat sederhana. Berdasarkan produk yang ditawarkan, harusnya memiliki potensi yang besar karena manfaat dan rasa dari produk yang dijual mudah diterima semua kalangan, sehingga dalam hal ini mitra memerlukan produk yang memiliki yang menjual baik dari segi packaging, branding dan promosi. (3) Hak Kekayaan Intelektual (HKI) Merek, mitra memiliki produk yang potesnsial dan mudah diterima pasar. Sehingga diperlukan adanya perlindungan hukum terhadap merek produk mitra. Sehingga dalam hal ini tim akan membantu mitra dalam melakukan paten merek produk. Diharapkan dalam hal ini, adanya kerjasama yang baik dari mitra dan tim, sehingga kegiatan ini dapat memberikan manfaat untuk peningkatan taraf ekonomi mitra.

Berdasarkan pada analisis situasi mengenai permasalahan yang dihadapi oleh mitra meliputi knowledge, pemasaran dan komersialisasi produk, serta HKI, maka solusi yang ditawarkan kepada pengurus PHKom Perempuan Aman Menteng adalah sebagai berikut: (1) Penyuluhan dan Pelatihan Financial Technology dengan memanfaatkan produk keuangan digital seperti dana dan ovo yang mudah dilakukan penarikan pada indomaret atau layanan setempat serta pendaftaran pembayaran digital QRIS; (2) Pelatihan Pemasaran dan Komersialisasi Produk dimana tim akan membantu mitra dalam memanfaatkan teknologi untuk proses pemasaran dimulai dari menyediakan sarana dan prasarana (Cup Sealer, Band Sealer, Food Dehydrator, dan komponen produksi lainnya) yang dibutuhkan dari ketiga tahapan pemasaran tersebut, termasuk video iklan produk yang dilakukan oleh anggota mahasiswa yang nantinya akan dipromosikan langsung pada media sosial. (3) Pendaftaran HKI Merek sehingga mitra memiliki Hak Kekayaan Intelektual (HKI) untuk merek dari produk yang mereka produksi dan mereka jual.

Financial technology adalah gabungan antara jasa keuangan dengan teknologi yang mengubah model bisnis konvensional menjadi model bisnis moderat (Departemen Komunikasi, 2018; Rahardjo, et al., 2019; Saputra et al., 2023). Perkembangan teknologi digital ini, terutama dalam bidang keuangan akan memudahkan masyarakat dewasa ini dalam mewujudkan usaha kreatifnya (Ozili 2018). Selain itu, perkembangan *financial technology* juga memberikan kemudahan bagi UKM terutama dalam aktivitas pembayaran, pinjaman maupun investasi (Rizal, Maulina, and Kostini 2018). Digitalisasi memberikan pengaruh yang

positif terhadap UMKM dimana, berdasarkan pemaparan pada *Institute for Development of Economics and Finance* (INDEF) tahun 2024, setelah mulai melakukan digitalisasi dalam bisnisnya, 24,42 persen pelaku UMKM kategori *Offline-Online* ini mengaku mengalami penambahan jumlah tenaga kerja. Dalam konteks ini, dari 24,42 persen yang mengalami penambahan tenaga kerja, 71,43 persen diantaranya menambah tenaga kerja hingga 2 orang. Dari sisi omzet, setelah menggunakan platform online, 88,37 persen pelaku UMKM kategori *Offline-Online* menyatakan mengalami kenaikan omzet rata-rata tahunan. Sebanyak 66,28 persen diantaranya mengalami kenaikan omzet rata-rata tahunan hingga 50 persentase setelah menggunakan platform online untuk usahanya.

Komersialisasi produk yaitu proses pemasaran yang mencakup beberapa tahapan seperti proses produksi yang direncanakan dengan matang, proses packaging sampai dengan pemasaran produk ke pasar (Rambe and Aslami 2022). Konsep komersialisasi sendiri meliputi desain kemasan dan sistem pemasaran yang sudah memanfaatkan teknologi informasi, sehingga produk yang dihasilkan memiliki nilai jual yang tinggi dan pangsa pasar yang lebih luas (Christine, 2000; Hidayat, 2011; Andiny et al., 2021). Komersialisasi produk usaha memberikan dampak yang positif terhadap peningkatan pendapatan dari pemilik usaha (Suprihatmi, 2016; Roanisca, 2021; Zagoto et al. 2022).

Adapun pelaksanaan kegiatan pengabdian masyarakat ini adalah salah satu perwujudan Indikator Kinerja Utama (IKU) Perguruan Tinggi yang juga merupakan implementasi dari Merdeka Belajar Kampus Merdeka (MBKM) dengan tujuan sebagai berikut: (1) Mahasiswa mendapat pengalaman di luar kampus, dimana dalam hal ini mahasiswa dapat mengembangkan diri dan melakukan interaksi langsung dengan masyarakat dalam rangka mengimplementasikan ilmu atau pembelajaran yang diperoleh selama perkuliahan. Dalam hal ini, mahasiswa akan membantu masyarakat dalam menggunakan produk keuangan digital dan juga membuat konten pemasaran untuk promosi produk mitra; (2) Dosen berkegiatan di luar kampus, yaitu terkait dengan Pengabdian Masyarakat yang merupakan salah satu kewajiban dari Tri Dharma Perguruan tinggi dimana dosen berkegiatan diluar kampus untuk membantu masyarakat dengan mengimplementasikan keilmuannya untuk pemberdayaan masyarakat dan peningkatan kualitas dosen.

Pada kegiatan ini, dosen akan memberikan pelatihan penggunaan dan pemanfaatan produk keuangan digital dan pemasaran produk yang dimulai dari proses packing yang benar, branding produk yang

bernilai jual, serta pemanfaatan kemajuan teknologi untuk promosi produk. Novelty atau kebaruan dalam program Pengabdian ini, mitra didampingi dan diberikan pelatihan serta alat yang menunjang kegiatan komersialisasi dan keuangan digital. Hal ini dimulai dari proses packing produk, memberikan label produk yang sudah didaftarkan HKI Merek, sampai dengan pembuatan video iklan promosi produk. Sedangkan pada bagian keuangan, mitra di daftarkan Qris sebagai alat penerimaan pembayaran.

B. PELAKSAAAN DAN METODE

Kegiatan ini dilaksanakan pada ibu-ibu pengurus PHKom Perempuan Aman Menteng, Desa Amplas. Kecamatan Percut Sei Tuan. Kab. Deli Serdang yang berjarak kurang lebih 8 km dari S.T. Manajemen Bisnis Multi Sarana Manajemen Administrasi dan Rekayasa Teknologi. Pemilihan lokasi ini dikarenakan di desa tersebut terdapat komunitas ibu-ibu yang memiliki ladang dan produk usaha rumahan sebagai sumber penghasilan utama. Kegiatan dilaksanakan pada tanggal 11 Agustus dan 18 Agustus 2024. Pelaksanaan kegiatan Pengabdian ini dimulai dengan melakukan survey serta pemetaan mitra, penyuluhan hingga pelatihan dan pendampingan terhadap mitra (Munawarah, 2020; Yusnaini, et al., 2023).

Metode kegiatan diuraikan sebagai berikut: (1) Langkah awal yang dilakukan pra kegiatan yaitu dilakukan survey lapangan dan pemetaan mitra yang bertujuan untuk mengetahui aspek-aspek penting dalam mengevaluasi permasalahan mitra yaitu PHKom Perempuan Aman Menteng. Dalam survey ini ditemukan bahwa ibu-ibu yang merupakan pengurus dari PHKom Perempuan Aman Menteng masih terbatas dalam memanfaatkan dan menggunakan finansial teknologi serta pemasaran produk secara keseluruhan; (2) Langkah selanjutnya yaitu tim memberikan penyuluhan tentang pemanfaatan dan penggunaan finansial teknologi serta proses pemasaran produk yang dimulai dari packing, branding dan promosi produk dengan memanfaatkan sosial media serta pentingnya paten merek; (3) Tahap ini diawali dengan melakukan pelatihan secara intensif terhadap ibu-ibu pengurus PHKom Perempuan Aman tentang bagaimana proses penjualan pada e-commerce dan penggunaan produk e-money (OVO dan DANA) atau pendaftaran rekening pada e-commerce untuk menarik uang hasil penjualan produk. Sedangkan pada bagian pemasaran, tim akan memberikan pelatihan tentang packing produk dimana tim akan menyediakan sarana berupa alat packaging, pada tahapan branding tim akan membantu dan melatih mitra dalam memberikan merek yang menarik dan memiliki nilai jual dan juga akan dibantu tim untuk membuat stiker logo produk. Pada tahap promosi

produk mitra akan diberikan pelatihan untuk terlibat langsung dalam proses pembuatan video iklan produk dan dibantu langsung oleh anggota mahasiswa dan kemudian akan diposting pada Sosial Media (TikTok, Instagram dan Facebook) atau dalam hal ini mahasiswa terlibat langsung dalam proses pelatihan dan promosi produk sebagai talent iklan; (4) Penerapan teknologi pada bidang akuntansi yaitu pemanfaatan produk perbankan (rekening) dan e-money (OVO dan DANA) untuk pencairan dana pada penjualan Online produk mitra. Sedangkan pada bidang pemasaran, berupa alat packing produk mitra yaitu Sealer Band dan Sealer Cup. Selain itu, juga terdapat Alat Pengering (Food Dehydrator) untukantisipasi pada saat produksi jika cuaca tidak mendukung; (5) Pendampingan dan evaluasi, yaitu bentuk keberlanjutan dari pelatihan, dimana tim akan melakukan pendampingan dan monitoring terhadap proses akuntansi, pemasaran dan pendaftaran HKI merek produk mitra; (6) Keberlanjutan program, dimana tim akan menindaklanjuti hasil dari pendampingan dan evaluasi kegiatan dengan mempersiapkan penguatan dibidang akuntansi dan manajemen untuk peningkatan usaha mitra Perempuan Ladang.

Partisipasi mitra dalam kegiatan ini yaitu: (1) Mitra memberikan informasi tentang kebutuhan atau masalah yang dihadapi baik dari sisi akuntansi ataupun bidang pemasaran. Dimana dalam hal ini, mitra menyatakan masih sulit menggunakan alat transaksi keuangan pada e-commerce dan juga bentuk pemasaran yang tidak memperhatikan packing, branding dan promosi; (2) Pada penyuluhan dan akan ikut berpartisipasi dalam forum untuk mendapatkan informasi atau pengetahuan terkait dengan pemanfaatan finansial teknologi dan tahapan pemasaran dalam meningkatkan penjualan produk dan menjangkau pasar yang lebih luas; (3) Pada pelatihan, mitra akan langsung ikut serta dalam mendaftarkan akun keuangan baik rekening atau akun e-money, ikut langsung dalam proses packing, branding dan promosi produk. (4) Pada tahapan selanjutnya, mitra akan ikut dalam menggunakan langsung teknologi atau alat yang dibawa tim untuk mitra; (5) Pada tahapan pendampingan dan evaluasi, tim akan melakukan monitoring terhadap progress atau melakukan kunjungan langsung ke mitra yaitu ibu-ibu pengurus PHKom Perempuan Aman Menteng untuk penggunaan keuangan digital dan proses pemasaran secara berkelanjutan dan pendaftaran HKI merek produk mitra; (6) Pada tahapan keberlanjutan program, mitra akan terus berkomunikasi mitra melalui grup WhatsApp untuk pendampingan lebih lanjut.

Proses akhir dari kegiatan Pengabdian kepada Masyarakat ini yaitu evaluasi yang dilakukan oleh tim setelah kegiatan selesai. Metode ini dilakukan untuk melihat apakah ada atau tidaknya perubahan

dari mitra baik sebelum atau sesudah kegiatan Pengabdian kepada Masyarakat ini dilakukan. Pengamatan atau evaluasi dilakukan langsung oleh tim berdasarkan metode pelaksanaan pengabdian dan partisipasi mitra terhadap capaian dari poin-poin berikut: (1) Sosialisasi/Penyuluhan, pada tahap ini mitra diharapkan mampu memahami akan pentingnya penggunaan finansial keuangan untuk melakukan penjualan produk pada e-commerce dan juga pentingnya dalam packing, branding dan promosi untuk pemasaran dalam rangka meningkatkan penjualan produk. Selanjutnya juga mitra memahami pentingnya pendaftara Merek atau HKI merek untuk memberikan perlindungan secara hukum terhadap hak kekayaan intelektual merek produk mitra; (2) Tahap pelatihan, mitra mampu menggunakan finansial teknologi untuk transaksi penjualan produk, dan meningkatkan nilai produk melalui tahapan pemasaran yang dimulai dari packing, branding, dan promosi; (3) pada penerapan teknologi, mitra diharapkan sudah menggunakan dan mendaftarkan rekening bank, OVO atau DANA sebagai sarana dalam mencairkan dana pada penjualan e-commerce. Selain itu, diharapkan juga mitra sudah memaksimalkan penggunaan Sealer Band dan Sealer Cup dalam proses packing, memanfaatkan Alat Pengering (Food Dehydrator) pada saat produksi jika cuaca tidak mendukung, serta komersialisasi produk dari sisi promosi memberikan dampak terhadap penjualan produk mitra; (4) Tahap pendampingan, mitra akan didampingi dalam membuat dan mendaftarkan rekening atau akun e-money pada e-commerce dan proses penarikannya. Tim juga akan mendampingi mitra dalam proses packing, branding dan promosi produk. (6) tahap keberlanjutan program, mitra diharapkan setelah kegiatan ini akan memiliki penguatan dari sisi akuntansi dan pemasaran produk

C. HASIL DAN PEMBAHASAN

Tim Pengabdian Masyarakat telah melakukan kunjungan sosialisasi dan Pelatihan terkait bidang akuntansi dan manajemen pemasaran, kegiatan dilaksanakan pada hari tanggal 11 Agustus 2024 dan tanggal 18 Agustus 2024. Pada kunjungan sosialisasi, tim memberikan penyuluhan terkait pemanfaatan financial technology dan komersialisasi produk. Pada financial technology mitra diberikan pelatihan penggunaan dompet digital dan juga pengenalan terhadap pembayaran digital seperti QRIS. Sedangkan pada komersialisasi produk, mitra dijelaskan tentang pentingnya proses komersialisasi produk dalam menjangkau pasar yang dimulai dari efisiensi produk dengan menggunakan alat teknologi tepat guna, packaging produk, sampai dengan promosi produk dengan memanfaatkan sosial media melalui iklan produk yang nantinya akan diberikan tim kepada mitra.

Pelaksanaan kegiatan pelatihan pada minggu berikutnya dimulai dengan pengenalan dompet digital dan alat payment QRIS, kemudian pengenalan alat produksi yang dibawa tim. Selanjutnya dilakukan serah terima alat kepada mitra yang dilakukan oleh ketua dan anggota tim dan disaksikan oleh ketua LPPM STMB MULTISMART. Selanjutnya dilakukan pelatihan untuk penggunaan masing-masing alat, dan proses packaging sampel produk dan pemasaran label merek produk yang nantinya akan di lakukan HKI terhadap Merek yang telah disepakati dengan mitra.



Gambar 3. Sosialisasi dan Pelatihan Penggunaan Alat Produksi dan *Digital Payment*

Gambar 3 merupakan rangkaian kegiatan sosialisasi dan pelatihan terkait *Financial Technology* dan komersialisasi produk.





Gambar 4. Teknologi yang ditransfer ke Mitra

Gambar 4 yaitu produk teknologi yang diterapkan ke mitra yang Soft berupa penerapan dalam bidang Akuntansi (financial Technology). Sedangkan Hard (pada bidang manajemen) yaitu penggunaan alat untuk proses produksi sampe packaging serta promosi (berupa video iklan). Pada pembuatan video iklan, mahasiswa dilibatkan sebagai talent video iklan.

Adapun alat yang diberikan kemitra berupa alat produksi dan komponen produksi yang sesuai dengan kebutuhan mitra yaitu alat pengering dan packing, dimana dalam hal ini mitra berpartisipasi langsung dalam pelatihan untuk mempelajari alat produksi dan penggunaan Qris untuk pembayaran sehingga memudahkan mitra dalam transaksi non tunai. Berikut merupakan proses pelatihan yang dilakukan mitra, sehingga menghasilkan produk yang bernilai komersil.

Dukungan teknologi dalam bentuk alat produksi dan pemasaran, serta *digital payment* akan membantu mitra dalam meningkatkan taraf pendapatan, dimana dalam hal ini teknologi membantu usaha dalam mempermudah operasinya (Mulia and Sulungbudi 2019). Selain itu, penggunaan teknologi digital juga dapat meningkatkan jumlah produksi, peningkatan pendapatan dan memperluas area pemasaran dari produk yang dijual mitra (Nugroho 2024).



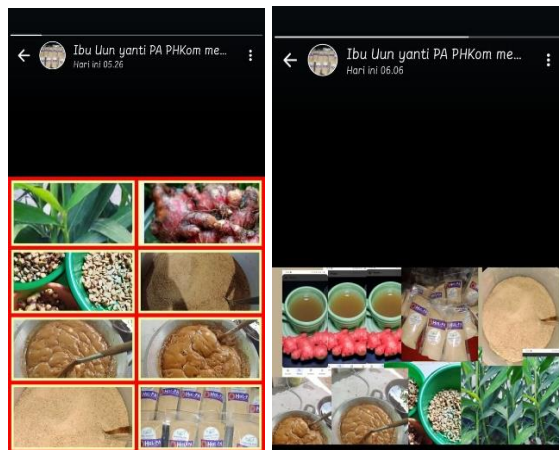
Gambar 5. Proses Penggunaan Alat untuk Produk Usaha Mitra

Dampak yang dirasakan mitra dari Pengabdian yang dilakukan tim yaitu terletak pada nilai tambah produk mitra dengan packaging yang lebih modern dan merek yang bernilai komersil. Selain itu, mitra juga mudah dalam bertransaksi non tunai pada saat mengadakan bazar atau event yang mengutamakan pembayaran digital. Selain itu, mitra juga diberikan video iklan promosi produk sehingga lebih aktif dalam mempromosikan produknya. Dampak lain yang dirasakan mitra yaitu mitra lebih produktif dalam menghasilkan produk dan membuat produk baru, sehingga hal berdampak pada penambahan pendapatan dari mitra.



Gambar 6. Produk Usaha Mitra

Gambar 6 merupakan foto yang dikirim mitra setelah pelatihan. Dalam hal ini mitra sudah aktif melakukan promosi pada status wa dan juga menambah beberapa produk lainnya. Selain itu, berdasarkan pemantauan tim, mitra masih cukup aktif dalam melakukan penjualan dan promosi melalui status WA seperti pada gambar 7 berikut.



Gambar 7. Status WA Mitra dalam melakukan Promosi Produknya setelah kegiatan Pengabdian

Berdasarkan hasil kegiatan pelatihan yang telah dilakukan pada Minggu, tanggal 18 Agustus 2024. Maka rencana tahapan berikutnya yaitu dilakukan evaluasi secara berkala terhadap perkembangan usaha mitra. Selain itu, tim juga akan terus memberikan support dan informasi berkenaan dengan event atau bazaar yang dapat dimanfaatkan mitra untuk memperluas pasar dan meningkatkan penjualan produk. Diharapkan kegiatan ini akan membantu mitra dalam meningkatkan produksi dan penjualan. Selain itu, diharapkan mitra juga dapat mengikuti perkembangan teknologi dalam hal pemanfaatan pembayaran digital, sehingga mitra mudah dalam memperluas pasar.

D. PENUTUP

Simpulan

Kegiatan Pengabdian Masyarakat Pemula (PMP) yang dilakukan oleh tim, yaitu sosialisasi dan pelatihan untuk pemanfaatan *financial teknologi* dan komersialisasi produk berjalan dengan lancar. Berdasarkan hasil kegiatan yang telah dilakukan, maka rencana tahapan berikutnya yaitu dilakukan evaluasi secara berkala terhadap perkembangan usaha mitra. Selain itu, tim juga akan terus memberikan support dan informasi berkenaan dengan event atau bazaar yang dapat dimanfaatkan mitra untuk memperluas pasar dan meningkatkan penjualan produk. Pelaksanaan kegiatan ini, menjadi salah satu jalan bagi mitra dalam meningkatkan produktivitas dari produk usahanya karena alat penunjang produksi yang sudah memadai, sehingga akan berdampak pada meningkatnya penghasilan mitra.

Saran

Diharapkan kegiatan ini akan membantu mitra dalam meningkatkan produksi dan penjualan. Selain itu, diharapkan mitra juga dapat mengikuti perkembangan teknologi dalam hal pemanfaatan pembayaran digital, sehingga mitra mudah dalam memperluas pasar.

Ucapan Terima Kasih

Kegiatan pengabdian kepada masyarakat ini tidak lepas dari banyaknya dukungan berbagai pihak, untuk kami mengucapkan terima kasih sebesar-besarnya Feriani Astuti Tarigan, S.Kom, M.Kom, M.M., selaku Ketua Sekolah Tinggi Manajemen Bisnis Multi Sarana Manajemen Administrasi dan Rekayasa Teknologi yang telah memberikan dukungan untuk terlaksananya kegiatan ini, Bapak Ferry Hidayat, S.Sos, M.AP, selaku Ketua LPPM Sekolah Tinggi Manajemen Bisnis Multi Sarana Manajemen Administrasi dan Rekayasa Teknologi yang telah memfasilitasi kegiatan pengabdian ini sehingga dapat terlaksana, Pengurus PHKom Perempuan AMAN Menteng yang merupakan

Mitra dalam Pengabdian Masyarakat, Seluruh rekan sejawat dan semua pihak yang telah memberikan dukungan sehingga terlaksananya kegiatan ini.

Terkhusus ucapan terima kasih ditujukan kepada Kementerian Pendidikan, Kebudayaan, Riset dan Teknologi yang membuka kesempatan untuk mengembangkan dan meningkatkan kualitas produk usaha UMKM melalui Tri Dharma Dosen.

E. DAFTAR PUSTAKA

- Amadi, Aunur Shabur Maajid et al. 2023. "Upaya Pemerintah Dalam Menjamin Hak Pendidikan Untuk Seluruh Masyarakat Di Indonesia: Sebuah Fakta Yang Signifikan." *Educatio* 18(1): 161–71. <https://doi.org/10.29408/edc.v18i1.14798>.
- Andiny, Puti et al. 2021. "Pelatihan Komersialisasi Produk Bagi UMKM Keripik Di Gampong Karang Anyar Kota Langsa Kota Langsa Memiliki Peluang Ekonomi Terbesar Di Wilayah Pantai Timur Aceh Khususnya Dalam Bidang Perdagangan . Pemerintah Untuk Menyediakan Infrastruktur Maupun Fasilitas." 3(1): 12–22.
- Christine Suharto Cenadi. 2000. "Peranan Desain Kemasan Dalam Dunia Pemasaran." *Nirmana* 2(2): 92–103. <http://puslit2.petra.ac.id/ejournal/index.php/dkv/article/view/16056>.
- Departemen Komunikasi. 2018. "Mengenal Financial Teknolgi." *Bank Indonesia*. [https://www.bi.go.id/id/edukasi/Pages/mengenal-Financial-Teknologi.aspx#:~:text=Financial technology%2F](https://www.bi.go.id/id/edukasi/Pages/mengenal-Financial-Teknologi.aspx#:~:text=Financial%20technology%2F).
- Harahap, Erni Febrina. 2012. "Pemberdayaan Masyarakat Dalam Bidang Ekonomi Untuk." *Jurnal Manajemen dan Kewusahaan* 3(2): 78–96. <https://www.researchgate.net/publication/344294962>.
- Hidayat, Moch. Junaidi. 2011. "Tinjauan Kognisi Desain Produk Kemasan Sebagai Unsur Identitas Budaya Populer Atas Produk Kemasan Makanan Industri Kecil Menengah (Ikm)." *Jurnal Kawistara* 1(3). <https://doi.org/10.22146/kawistara.3929>.
- Hubeis, Aida Vitalaya. 2010. *Pemberdayaan Perempuan Dari Masa Ke Masa*. Bogor: IPB Press.
- INDEF. 2024. "Peran Platform Digital Terhadap Pengembangan Umkm Di Indonesia." *Laporan Final*: 10–40.

- Kumar, Sanjiv, Neeta Kumar, and Saxena Vivekadhish. 2016. "Millennium Development Goals (MDGS) to Sustainable Development Goals (SDGS): Addressing Unfinished Agenda and Strengthening Sustainable Development and Partnership." *Indian Journal of Community Medicine* 41(1): 1–4. <https://doi.org/10.4103/0970-0218.170955>.
- Munawarah, Munawarah, Keumala Hayati, and Delyanti Azzumaritho Pulungan. 2020. "Program Kemitraan Masyarakat Melalui Inovasi Pangan Berbahan Dasar Labu Siam Dan Pelatihan E-Commerce Untuk Meningkatkan Ekonomi." *Panrita Abdi - Jurnal Pengabdian pada Masyarakat* 4(2): 136. <https://doi.org/10.20956/pa.v4i2.7329>.
- Mulia, F., & Sulungbudi, B. M. (2019). Pemanfaatan Teknologi Digital Pada Umkm (Studi Penggunaan Internet Pada Ppkm Kabupaten Bandung). *Journal of Accounting and Business Studies*, 4(2), 15–25. <https://doi.org/10.61769/jabs.v4i2.468>
- Nugroho, I. I. (2024). Pengaruh Teknologi Digital terhadap Peningkatan Pendapatan UMKM di Dusun Serut. *Economie: Jurnal Ilmu Ekonomi*, 5(2). <https://doi.org/10.30742/economie.v5i2.3599>
- Nur, Suriani. 2019. "Pemberdayaan Perempuan Untuk Kesetaraan & Meningkatkan Partisipasi Dalam Pembangunan Lingkungan Hidup." *an-Nisa* 10(1): 99–111. <https://doi.org/10.30863/annisa.v10i1.388>
- Ozili, Peterson K. 2018. "Impact of Digital Finance on Financial Inclusion and Stability." *Borsa Istanbul Review* 18(4): 329–40. <https://doi.org/10.1016/j.bir.2017.12.003>.
- Rahardjo, Budi, Khairul Ikhwan, and Alkadri Kusalandra Siharis. 2019. "Pengaruh Financial Technology (Fintech) Terhadap Perkembangan UMKM Di Kota Magelang." *Prosiding Seminar Nasional Dan Call For Papers, Fakultas Ekonomi Universitas Tidar*: 347–56.
- Rambe, Dhea Nita Syafina, and Nuri Aslami. 2022. "Analisis Strategi Pemasaran Dalam Pasar Global." *El-Mujtama: Jurnal Pengabdian Masyarakat* 1(2): 213–23. <https://doi.org/10.47467/elmujtama.v1i2.853>.
- Rizal, Muhammad, Erna Maulina, and Nenden Kostini. 2018. "FINTECH AS One of The Financing Solutions for SMEs." *AdBispreneur: Jurnal Pemikiran dan Penelitian Administrasi Bisnis dan Kewirausahaan* 3(2): 89–100. <https://doi.org/10.24198/adbispreneur.v3i2.17836>
- Roanisca, Occa. 2021. "Christianingrum, Occa Roanisca, Hidayat." *JURNAL IKRAITH-ABDIMAS* 4(3): 306–10. <https://doi.org/10.37817/ikraithabdimas.v4i3.1550>
- Saputra, Sahdan, Stevany Hanalyna Dethan, Ridha Nurul Hayati, and Baiq Rabiati Adawiyah Kartika Wulan. 2023. "Financial Technology Dan Kredit Bank Umum Konvensional Di Indonesia." *Target: Jurnal Manajemen dan Bisnis* 4(2): 221–28. <https://doi.org/10.30812/target.v4i2.2650>
- Suprihatmi, Retno Susanti. 2016. "Citra Kawasan Ngarsopuro Dalam Memperkuat Distribusi Dan Komersialisasi Produk Kreatif Kota Solo Terhadap Peningkatan Pendapatan Pedagang Produk Kreatif Pada Night Market Ngarsopuro." *Jurnal Unisri XXVIII*(2).
- Wahyuningsih, Wahyuningsih. 2018. "Millennium Development Goals (MdgS) Dan Sustainable Development Goals (Sdgs) Dalam Kesejahteraan Sosial." *Bisma* 11(3): 390. <https://doi.org/10.19184/bisma.v11i3.6479>.
- Yusnaini, Fitri Handayani, and Hendy. 2023. "Akuntansi Perempuan Ladang Dan Melek Digital Pada PHKom Perempuan AMAN Menteng." *Jurnal Pengabdian kepada Masyarakat Nusantara (JPkMN)* 4(4): 3606–13. <https://doi.org/10.55338/jpkmn.v4i4.1852>
- Zagoto, Yusmelinda et al. 2022. "Peran Pemasaran Melalui Media Sosial Dalam Meningkatkan Pendapatan UMKM Di Masa Pandemi." *Jurnal Peradaban Masyarakat* 2(1): 37–40. <https://doi.org/10.55182/jpm.v2i1.117>.
<https://perempuan.aman.or.id/>