

PENDAMPINGAN MANAJEMEN PEMASARAN UNTUK MENINGKATKAN DAYA SAING USAHA CHICK'N CRUNCH STICK

Retno Muslinawati^{1*}, Sutrisno², Samsul Arif³, Vico Satria Rizky⁴

¹Universitas Bojonegoro, Indonesia, email: retnomuslinawati05@gmail.com

²Universitas Bojonegoro, Indonesia, email: sutrisnounigoro123@gmail.com

³Universitas Bojonegoro, Indonesia, email: samsularffep@gmail.com

⁴Universitas Bojonegoro, Indonesia, email: vicopacul@gmail.com

*Koresponden penulis

Article History:

Received: 11 Maret 2026

Revised: 30 Mei 2026

Accepted: 31 Mei 2026

Keywords: MSME mentoring;
Digital Marketing; Financial
Management; Branding;
UMKM

Abstract: *Small and medium enterprises (SMEs) play a vital role in local economic growth in Bojonegoro Regency, but many still face challenges in marketing, financial management, and branding. Chick'n Crunch Stick, an SME with culinary potential, faces similar challenges in expanding its market, managing financial records, and building a professional business image. This mentoring program aimed to enhance the partner's capacity by strengthening digital marketing, improving financial management, and developing a more consistent brand identity. The program adopted a participatory approach through observation, needs analysis, training, mentoring, and evaluation. The mentoring results showed that the partner successfully implemented digital marketing through the TikTok platform, adopted digital financial recording using the Kasir Pintar application, and improved marketing management and financial administration. These interventions enhanced the partner's managerial capacity, strengthened promotional activities, and improved business competitiveness in the local market. The findings indicate that participatory mentoring can improve the managerial capacity and competitiveness of SMEs through the integration of digital marketing and digital financial management.*

Introduction

Usaha mikro, kecil, dan menengah (UMKM) memiliki peran penting dalam perekonomian Indonesia, baik dalam menciptakan lapangan kerja maupun sebagai motor penggerak pertumbuhan ekonomi lokal (Sari et al., 2025). Namun, di tengah perkembangan teknologi dan perubahan pola konsumsi masyarakat yang semakin dinamis, banyak pelaku UMKM yang masih menghadapi tantangan besar dalam mengelola usahanya secara profesional. Salah satu tantangan tersebut adalah lemahnya kemampuan dalam manajemen pemasaran dan pengelolaan keuangan. Perkembangan teknologi digital telah mengubah perilaku konsumen dalam mencari informasi dan melakukan transaksi sehingga pelaku UMKM dituntut mampu beradaptasi dengan memanfaatkan teknologi sebagai sarana pemasaran sekaligus meningkatkan kualitas pengelolaan usaha agar tetap mampu bersaing di era digital (Agustina et al., 2026)

Chick'n Crunch Stick merupakan salah satu pelaku usaha kuliner lokal yang memiliki potensi besar untuk berkembang. Produk yang dihasilkan memiliki cita rasa khas dan diminati oleh masyarakat, namun belum mampu memperluas jangkauan pasar secara signifikan. Keterbatasan dalam strategi pemasaran, terutama pemanfaatan media digital, menjadi kendala utama dalam meningkatkan penjualan. Selain itu, pengelolaan keuangan yang masih dilakukan secara sederhana dan pencatatan yang belum sistematis menghambat kemampuan usaha dalam mengukur kinerja dan merencanakan pengembangan usaha.

Isu utama yang dihadapi oleh usaha Chick'n Crunch Stick berawal dari lemahnya sistem pemasaran yang masih bersifat konvensional dan belum memanfaatkan teknologi digital secara optimal. Promosi produk selama ini lebih banyak dilakukan melalui cara tradisional, seperti penjualan langsung di lokasi usaha atau promosi dari mulut ke mulut, sehingga jangkauan konsumen menjadi terbatas. Dalam era digital yang serba cepat dan kompetitif, keterbatasan dalam strategi pemasaran ini menjadi hambatan utama bagi usaha untuk berkembang dan bersaing dengan produk sejenis di pasaran (Ilmi & Pratama, 2025). Pemanfaatan media sosial sebagai sarana pemasaran memiliki potensi untuk memperluas jangkauan promosi dengan biaya yang relatif rendah, namun keterbatasan pengetahuan dan keterampilan dalam mengelola media digital masih menjadi kendala bagi banyak pelaku UMKM dalam mengoptimalkan strategi pemasaran digital.

Selain aspek pemasaran, isu penting lainnya adalah pengelolaan keuangan yang belum tertata dengan baik. Pelaku usaha masih mencampur antara keuangan pribadi dan keuangan usaha, sehingga sulit untuk mengetahui kondisi keuangan sebenarnya, termasuk laba, rugi, dan arus kas. Ketidakteraturan pencatatan keuangan ini berdampak pada pengambilan keputusan yang kurang tepat dan menghambat upaya pengembangan usaha (Rahma et al., 2025).

Berbagai kegiatan pendampingan UMKM telah banyak dilakukan untuk meningkatkan kemampuan pemasaran digital maupun pengelolaan keuangan. Namun, sebagian besar kegiatan tersebut masih berfokus pada salah satu aspek sehingga belum mengintegrasikan pemasaran digital dan pencatatan keuangan berbasis aplikasi dalam satu rangkaian pendampingan. Padahal, kedua aspek tersebut saling berkaitan dalam mendukung pengelolaan usaha yang lebih efektif dan berkelanjutan, khususnya pada usaha mikro di bidang kuliner. Oleh karena itu, kegiatan pengabdian ini mengintegrasikan pendampingan pemasaran digital melalui platform TikTok dengan pelatihan penggunaan aplikasi Kasir Pintar sebagai upaya meningkatkan kapasitas pengelolaan usaha secara lebih komprehensif (Astuti et al., 2026).

Fokus utama kegiatan pengabdian kepada masyarakat ini adalah memberikan pendampingan komprehensif kepada pelaku usaha Chick'n Crunch Stick dalam memperkuat manajemen sistem pemasaran sebagai upaya meningkatkan daya saing usaha. Kegiatan ini diarahkan untuk membantu mitra memahami dan menerapkan strategi pengelolaan usaha yang lebih efektif dan berkelanjutan melalui pendekatan praktis dan berbasis kebutuhan lapangan.

Secara khusus, pengabdian ini difokuskan pada dua aspek utama. Pertama, peningkatan kapasitas dalam pemasaran produk melalui penerapan strategi pemasaran digital menggunakan platform TikTok. Pendampingan dilakukan agar mitra mampu memanfaatkan media sosial sebagai sarana promosi, menyusun konten pemasaran yang menarik, serta memperluas jangkauan pasar (Kusuma et al., 2026). Kedua, penguatan pengelolaan keuangan usaha agar lebih tertib, transparan, dan terukur. Melalui pelatihan dan praktik langsung, mitra dibimbing dalam menyusun sistem pencatatan keuangan sederhana berbasis digital menggunakan aplikasi Kasir Pintar, memisahkan keuangan pribadi dan usaha, serta memahami kondisi keuangan usaha sebagai dasar pengambilan keputusan bisnis.

Berdasarkan permasalahan tersebut, diperlukan kegiatan pengabdian kepada masyarakat berupa pendampingan manajemen sistem pemasaran yang komprehensif. Pendampingan ini diharapkan dapat membantu pelaku usaha dalam memperkuat strategi pemasaran berbasis digital, menata sistem keuangan yang lebih terukur, serta membangun citra usaha yang profesional dan menarik. Melalui pendekatan partisipatif dan berbasis kebutuhan mitra, kegiatan ini diharapkan mampu memberikan dampak langsung terhadap peningkatan daya saing dan keberlanjutan usaha Chick'n Crunch Stick.

Methods

Kegiatan pengabdian kepada masyarakat ini menggunakan pendekatan partisipatif dan aplikatif, di mana pelaku usaha Chick'n Crunch Stick dilibatkan secara aktif dalam seluruh proses kegiatan. Pendekatan partisipatif dipilih karena mampu mendorong keterlibatan mitra dalam mengidentifikasi permasalahan serta menerapkan solusi yang sesuai dengan kebutuhan usaha (Ardli & Luayyin, 2024). Teknik pendampingan disusun agar mudah dipahami dan dapat diterapkan secara langsung oleh mitra di lapangan. Kegiatan dilaksanakan selama 10 hari, yaitu pada tanggal 3 Desember 2025 sampai dengan 13 Desember 2025, melalui empat kali pertemuan yang disesuaikan dengan tahapan pendampingan dan kebutuhan mitra. Beberapa teknik yang digunakan antara lain.

1. Observasi dan Analisis Kebutuhan (Need Assessment)

Tahap awal dilakukan melalui kunjungan lapangan ke lokasi usaha di Jl. Raya Ngasem Kalitidu, Kecamatan Kalitidu untuk mengidentifikasi kondisi aktual usaha, kendala operasional, sistem pemasaran, dan manajemen keuangan. Hasil observasi digunakan sebagai dasar dalam penyusunan program pendampingan yang tepat sasaran.

2. Pelatihan (Training), Pendampingan dan Mentoring Lapangan

Pelatihan diberikan secara interaktif dengan metode praktik langsung. Materi pelatihan meliputi strategi pemasaran digital melalui platform TikTok, pengelolaan keuangan sederhana menggunakan aplikasi Kasir Pintar, serta penguatan kapasitas pengelolaan usaha. Pelatihan dilakukan dengan pendekatan studi kasus menggunakan data dan kondisi riil usaha mitra. Setelah pelatihan, dilakukan kegiatan mentoring di lokasi usaha untuk mendampingi mitra dalam menerapkan hasil pembelajaran, seperti pembuatan konten promosi digital dan pencatatan transaksi keuangan menggunakan aplikasi Kasir Pintar. Proses ini dilakukan secara intensif agar mitra mampu mengimplementasikan keterampilan yang telah diberikan secara mandiri.

3. Evaluasi dan Rencana Keberlanjutan

Monitoring dilakukan secara berkala untuk memantau perkembangan pelaksanaan program serta memberikan umpan balik terhadap praktik yang diterapkan oleh mitra. Evaluasi dilaksanakan pada akhir kegiatan untuk menilai perubahan kemampuan mitra dalam memanfaatkan platform TikTok sebagai media pemasaran digital dan menggunakan aplikasi Kasir Pintar untuk melakukan pencatatan transaksi usaha secara sistematis. Keberhasilan kegiatan diukur berdasarkan ketercapaian tujuan pada setiap program pendampingan, yaitu kemampuan mitra dalam mengelola pemasaran digital melalui TikTok, melakukan pencatatan keuangan menggunakan aplikasi Kasir Pintar, serta peningkatan pemahaman mengenai pengelolaan pemasaran dan keuangan usaha. Penilaian dilakukan melalui observasi langsung, wawancara, dokumentasi kegiatan, serta monitoring terhadap implementasi hasil pendampingan. Pada tahap akhir dilakukan refleksi bersama antara tim pendamping dan mitra untuk membahas hasil kegiatan, kendala yang dihadapi, serta strategi tindak lanjut agar penerapan pemasaran digital dan pengelolaan keuangan usaha dapat berjalan secara berkelanjutan.

Secara ringkas, tahapan pelaksanaan kegiatan pengabdian kepada masyarakat disajikan pada Tabel 1.

Table 1. Tahapan Pelaksanaan Kegiatan Pengabdian

Tahapan	Waktu Pelaksanaan	Kegiatan
Observasi dan Analisis Kebutuhan	3 Desember 2025	Observasi lapangan, identifikasi permasalahan, dan analisis kebutuhan mitra.
Pelatihan dan Pendampingan I	5 Desember 2025	Penyampaian program pendampingan kepada mitra sekaligus pendampingan pemasaran digital melalui platform TikTok.
Pelatihan dan Pendampingan II	8 Desember 2025	Pendampingan pengelolaan keuangan menggunakan aplikasi Kasir Pintar.
Monitoring dan Evaluasi	13 Desember 2025	Monitoring, evaluasi hasil pendampingan, serta penyusunan rencana tindak lanjut bersama mitra.

Pendekatan partisipatif yang diterapkan dalam kegiatan ini diharapkan mampu meningkatkan kemampuan mitra dalam mengelola pemasaran digital dan keuangan usaha secara mandiri sehingga dapat mendukung peningkatan daya saing serta keberlanjutan usaha Chick'n Crunch Stick.

Result

Hasil pendampingan pada usaha Chick'n Crunch Stick merupakan capaian dari rangkaian kegiatan pengabdian kepada masyarakat yang dilaksanakan secara sistematis, partisipatif, dan aplikatif. Berdasarkan hasil observasi dan wawancara awal, ditemukan dua permasalahan utama yang dihadapi mitra, yaitu masih terbatasnya pemanfaatan media digital sebagai sarana pemasaran serta belum adanya sistem pencatatan keuangan yang dilakukan secara sistematis. Berdasarkan hasil identifikasi tersebut, kegiatan pendampingan difokuskan pada pemanfaatan platform TikTok sebagai media pemasaran digital dan penggunaan aplikasi Kasir Pintar sebagai media pencatatan keuangan usaha.



Gambar 1. Identifikasi Kondisi Awal Usaha Chick'n Crunch Stick

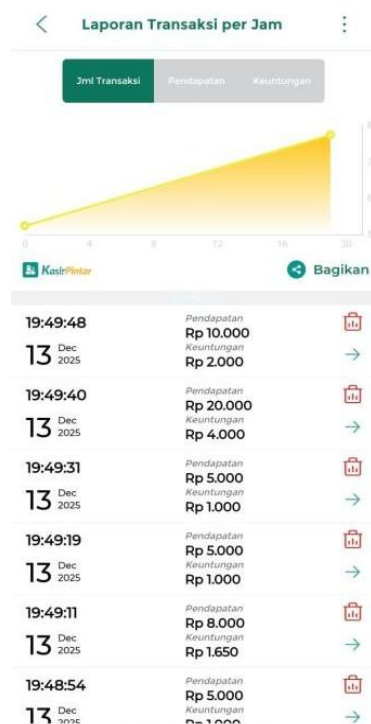
Hasil identifikasi menunjukkan bahwa promosi produk masih dilakukan secara konvensional melalui penjualan langsung dan informasi dari mulut ke mulut sehingga jangkauan pemasaran masih terbatas. Selain itu, pencatatan transaksi usaha masih dilakukan secara sederhana dan belum terdokumentasi secara sistematis sehingga mitra mengalami kesulitan dalam memantau kondisi keuangan usaha. Berdasarkan kondisi tersebut, tim pengabdian menyusun program pendampingan sesuai dengan kebutuhan mitra.

Kegiatan pendampingan selanjutnya dilakukan melalui pelatihan pemanfaatan platform TikTok sebagai media pemasaran digital. Pendampingan meliputi pembuatan akun usaha, penyusunan konten promosi, teknik pengambilan foto dan video produk, serta pendampingan dalam mengunggah konten secara berkala. Selama proses pendampingan, mitra juga diberikan bimbingan mengenai penyusunan caption, penggunaan hashtag yang relevan, serta pemilihan waktu unggah konten untuk meningkatkan jangkauan promosi produk. Hasil kegiatan menunjukkan bahwa mitra telah mampu memanfaatkan platform TikTok sebagai media promosi produk, mengelola akun usaha secara mandiri, serta mengimplementasikan pemasaran digital dalam kegiatan usahanya.



Gambar 2. Pendampingan pemasaran digital melalui platform TikTok

Selain pendampingan pemasaran digital, kegiatan juga difokuskan pada peningkatan kemampuan mitra dalam melakukan pencatatan keuangan menggunakan aplikasi Kasir Pintar. Sebelum pendampingan, pencatatan transaksi masih dilakukan secara sederhana sehingga informasi mengenai pemasukan dan pengeluaran usaha belum terdokumentasi dengan baik. Setelah memperoleh pelatihan dan pendampingan penggunaan aplikasi Kasir Pintar, mitra telah mampu melakukan pencatatan transaksi penjualan dan pengeluaran secara digital sehingga administrasi keuangan usaha menjadi lebih tertata.



Gambar 3. Manajemen Keuangan Menggunakan Aplikasi Kasir Pintar

Sebagai hasil dari kegiatan pendampingan, terjadi perubahan pada pengelolaan usaha mitra, baik pada aspek pemasaran maupun pengelolaan keuangan. Perubahan kondisi mitra sebelum dan sesudah pelaksanaan pendampingan disajikan pada Tabel 2.

Table 2. Perubahan Kondisi Mitra Sebelum dan Sesudah Pendampingan

Aspek	Sebelum Pendampingan	Sesudah Pendampingan
Pemasaran	Promosi dilakukan secara konvensional melalui penjualan langsung dan informasi dari mulut ke mulut.	Mitra memanfaatkan platform TikTok sebagai media promosi dan mulai mengunggah konten produk secara mandiri.
Pengelolaan Keuangan	Pencatatan transaksi dilakukan secara sederhana dan belum terdokumentasi secara sistematis.	Mitra menggunakan aplikasi Kasir Pintar untuk mencatat transaksi penjualan dan pengeluaran secara lebih sistematis.

Berdasarkan hasil monitoring dan evaluasi selama kegiatan pendampingan, mitra telah mampu mengimplementasikan penggunaan platform TikTok sebagai media pemasaran digital serta memanfaatkan aplikasi Kasir Pintar dalam pencatatan transaksi usaha. Hasil tersebut menunjukkan adanya perubahan pada pengelolaan pemasaran dan administrasi keuangan usaha setelah pelaksanaan program pendampingan.

Discussion

Hasil pendampingan menunjukkan bahwa pemanfaatan teknologi digital memberikan dampak positif terhadap peningkatan kapasitas pengelolaan usaha mitra, terutama pada aspek pemasaran dan administrasi keuangan. Penerapan platform TikTok sebagai media pemasaran memberikan alternatif promosi yang lebih efektif dibandingkan metode konvensional yang sebelumnya digunakan oleh mitra. Melalui pendampingan secara langsung, mitra tidak hanya memperoleh pengetahuan mengenai pemasaran digital, tetapi juga mampu mengimplementasikan penggunaan media sosial sebagai sarana promosi produk secara mandiri. Kondisi tersebut menunjukkan bahwa pendampingan berbasis praktik dapat meningkatkan kemampuan pelaku UMKM dalam mengadopsi teknologi digital sesuai dengan kebutuhan usahanya.

Pada aspek pengelolaan keuangan, penggunaan aplikasi Kasir Pintar membantu mitra dalam melakukan pencatatan transaksi secara lebih sistematis dibandingkan pencatatan manual yang sebelumnya diterapkan. Digitalisasi pencatatan keuangan memberikan kemudahan dalam mendokumentasikan transaksi penjualan dan pengeluaran sehingga informasi keuangan usaha menjadi lebih tertata. Kondisi ini diharapkan dapat membantu pelaku usaha dalam melakukan pengelolaan keuangan secara lebih efektif sebagai dasar pengambilan keputusan usaha.

Hasil kegiatan ini sejalan dengan berbagai penelitian yang menyatakan bahwa pemanfaatan media digital mampu memperluas akses promosi bagi UMKM, meningkatkan efektivitas komunikasi pemasaran, serta mendukung daya saing usaha di era digital. Selain itu, penerapan aplikasi pencatatan keuangan berbasis digital juga mampu membantu pelaku UMKM dalam meningkatkan ketertiban administrasi keuangan dan efisiensi pengelolaan usaha (Samosir et al., 2026).

Pendekatan partisipatif yang diterapkan dalam kegiatan pengabdian ini memungkinkan mitra terlibat secara aktif selama proses pelatihan dan pendampingan sehingga materi yang diberikan dapat langsung dipraktikkan dalam kegiatan usaha. Keterlibatan aktif mitra menjadi salah satu faktor yang mendukung keberhasilan implementasi pemasaran digital melalui platform TikTok dan penggunaan aplikasi Kasir Pintar dalam aktivitas usaha sehari-hari. Temuan ini sejalan dengan konsep pendampingan partisipatif yang menekankan keterlibatan aktif mitra sebagai faktor penting dalam meningkatkan keberhasilan program pemberdayaan masyarakat (Kaseng et al., 2025).

Secara keseluruhan, kegiatan pendampingan menunjukkan bahwa integrasi pemasaran digital dan digitalisasi pencatatan keuangan merupakan salah satu strategi yang dapat diterapkan untuk meningkatkan kapasitas pengelolaan UMKM (Nur Afika Fitriani &

Agus Hermawan, 2025). Meskipun kegiatan dilaksanakan dalam waktu yang relatif singkat, hasil implementasi menunjukkan bahwa mitra telah mampu mengadopsi teknologi digital sebagai bagian dari pengelolaan usaha. Ke depan, pendampingan secara berkelanjutan diperlukan agar penerapan pemasaran digital dan pengelolaan keuangan berbasis aplikasi dapat terus berkembang serta memberikan dampak yang lebih optimal terhadap keberlanjutan usaha.

Conclusion

Kegiatan pengabdian kepada masyarakat berupa pendampingan manajemen sistem pemasaran pada usaha Chick'n Crunch Stick telah berhasil meningkatkan kapasitas pengelolaan usaha mikro melalui penerapan pemasaran digital dan pengelolaan keuangan berbasis digital. Pendampingan yang dilaksanakan secara partisipatif dan aplikatif memberikan dampak positif terhadap kemampuan mitra dalam memanfaatkan platform TikTok sebagai media promosi serta menggunakan aplikasi Kasir Pintar untuk melakukan pencatatan transaksi usaha secara lebih sistematis. Implementasi kedua program tersebut menunjukkan adanya perubahan pada pengelolaan pemasaran dan administrasi keuangan usaha dibandingkan sebelum kegiatan pendampingan. Secara keseluruhan, hasil kegiatan menunjukkan bahwa pendekatan pendampingan yang disesuaikan dengan kebutuhan mitra mampu mendukung peningkatan kapasitas pengelolaan usaha mikro. Ke depan, kegiatan serupa diharapkan dapat dilaksanakan secara berkelanjutan dengan cakupan pendampingan yang lebih luas serta periode evaluasi yang lebih panjang sehingga dampaknya terhadap perkembangan usaha dapat diukur secara lebih komprehensif.

References

- Agustina, R. W., Khasanah, E. F., Lana, K. B., Ajie, A. T., & Rahmawati, 5Ferida. (2026). *STRATEGI PENGELOLAAN USAHA MIKRO DALAM MENINGKATKAN DAYA SAING DI ERA DIGITAL*. 05, 376–393.
- Ardli, M. N., & Luayyin, R. H. (2024). *PELATIHAN KEWIRAUSAHAAN BAGI PEMULA DI DESA KRUCIL : MENINGKATKAN KEMANDIRIAN EKONOMI*. 99–109.
- Astuti, D., Adelana, M. W., Alawiyah, T., Rizal, D. S., & Supriana, N. (2026). *Pendampingan Pencatatan Keuangan dan Digital Marketing pada UMKM Unin Kitchen Sebagai Bentuk Pengabdian Kepada Masyarakat*. 4(3), 15849–15855.
- Ilmi, I., & Pratama, A. (2025). *Competitor-Driven Strategy dalam Meningkatkan Keunggulan Kompetitif UKM di Era Digital* Era digital telah mengubah secara fundamental dinamika persaingan bisnis di seluruh dunia. 2025, 10–21.

<https://doi.org/10.65344/mass.v2i2.142>

- Kaseng, E. S., Teknik, F., Makassar, U. N., Lokal, P., & Berkelanjutan, P. E. (2025). *Pemberdayaan Masyarakat Berbasis Potensi Lokal dalam Pengembangan UMKM Community Empowerment Based on Local Potential in UMKM Developmen*. 2(1), 1–8.
- Kusuma, F. M., Alviolosa, B., Geby, A., & Syaputri, G. (2026). *Pendampingan Pemanfaatan Media Sosial dalam Memperluas Jangkauan Pasar UMKM Anyaman Bambu di Desa Senuro Timur*. 8, 92–100.
- Nur Afika Fitriani, Y. R., & Agus Hermawan, A. W. (2025). *Digitalisasi Pemasaran dan Keuangan : Pendampingan Pengelolaan Media Sosial dan Pembukuan Digital pada UMKM Olahan Tempe Izafood*. 6(4), 5826–5835.
- Rahma, D., Indriani, A. D., Anggraeni, A. D., Priyanto, A., Bina, U., & Informatika, S. (2025). *Analisis Kendala Pencatatan Akuntansi dan Implikasinya terhadap Keberhasilan UMKM Hani Bakes*. 2(2), 3962–3973.
- Samosir, H. E. S., Mujiani, S., Mahmudin, T., Ashari, I. F., & Pandji, N. (2026). *Peningkatan Literasi Keuangan UMKM Melalui Pelatihan Pencatatan Keuangan Digital*. 4(4), 22217–22228.
- Sari, A., Sitorus, A., Purba, A. T., & Putri, H. R. (2025). *Peran Usaha Mikro Kecil Menengah (UMKM) terhadap Perekonomian Indonesia*. 02(01), 122–129.