

Pendampingan Manajemen Digital UMKM Qmax Water: Integrasi Operasional, Pemasaran Media Sosial, dan Pencatatan Keuangan di Kota Bandung

**Arum Tri Wahyuni^{1*}, Fanniya Dyah Prameswari², Mona Tiarona Manurung³,
 Galih Panjalu Pramono⁴, Dyah Purwaningrum⁵**
^{1,2,3,4,5}Universitas Widya Husada Semarang
 Email: febearumtw1322@gmail.com

Diterima: 05-01-2026

Direvisi : 15-01-2026

Disetujui : 25-01-2026

Abstrak

Usaha Mikro, kecil dan menengah menghadapi tantangan dalam mengelola operasional dan pemasaran secara berkelanjutan di tengah perkembangan teknologi digital. Salah satunya bentuk penguatan kapasitas usaha dapat dilakukan melalui kegiatan pengabdian kepada masyarakat berbasis pendampingan. Kegiatan ini bertujuan untuk mendampingi UMKM QMAX WATER di Kota Bnding dalam penguatan manajemen operasional dan pemasaran digital yang telah berjalan. Metode yang digunakan adalah pendampingan masyarakat berbasis problem solving melalui observasi partisipatif, diskusi dan praktik langsung bersama mitra usaha. Hasil kegiatan menunjukkan bahwa QMAX WATER telah memiliki sistem operasional yang baik serta pemanfaatan pemasaran digital melalui media sosial Instagram dan Tiktok yang berkontribusi signifikan terhadap pendapatan usaha. Pendampingan membantu mitra memahami keterkaitan antara operasional, pemasaran digital dan pencatatan keuangan secara lebih terstruktur. Kegiatan ini memberikan manfaat nyata dalam meningkatkan pemahaman manajemen digital dan mendukung keberlanjutan usaha UMKM secara mandiri.

Kata kunci: Pendampingan UMKM, Manajemen Digital, Pemasaran Digital, KKN, Media Sosial

Abstract

Micro, small and medium enterprises face challenges in managing operations and marketing sustainably in the digital era. Community service activities through mentoring can strengthen business capacity. This program aimed to assist QMAX WATER MSME in Bandung City in strengthening operational management and digital marketing practices. The method used was problem solving based community mentoring through participatory observation, discussions, and direct practice with business partners. The result showed that QMAX WATER has an effective operational system and actively utilizes digital marketing through Instagram and Tiktok, contributing significantly to business revenue. The mentoring process helped partners understand the relationship between operations, digital marketing, and simple financial records in amore structured manner. This activity provided tangible benefits in improving digital management understanding and supporting MSME business sustainability.

Keywords: MSME Mentoring, Digital Management, Digital Marketing, KKN, Social Media

PENDAHULUAN

Kuliah Kerja Nyata (KKN) merupakan salah satu bentuk implementasi Tri Dharma Perguruan Tinggi yang bertujuan menghubungkan pengetahuan akademik dengan kebutuhan nyata masyarakat. Melalui kegiatan ini, mahasiswa berperan sebagai pendamping yang membantu meningkatkan kapasitas dan keberlanjutan usaha masyarakat (Suryana, 2019).

Perkembangan teknologi digital mendorong perubahan pola pengelolaan UMKM, khususnya dalam aspek operasional dan pemasaran. Digitalisasi memungkinkan UMKM memperluas jangkauan pasar, meningkatkan efisiensi layanan, serta memperkuat daya saing usaha (OECD, 2021). Namun, pemanfaatan teknologi digital pada UMKM sering kali belum dikelola secara terstruktur dan terdokumentasi dengan baik.

QMAX WATER merupakan UMKM depot air minum isi ulang yang berlokasi di Kecamatan Rancasari, Kota Bandung. Usaha ini melayani kebutuhan air minum masyarakat sekitar dan telah memanfaatkan media sosial sebagai sarana komunikasi serta pemasaran digital. Kondisi ini menunjukkan potensi besar penguatan manajemen digital melalui pendampingan.



Gambar 1. Denah Lokasi QMAX WATER Kota Bandung

METODE

Kegiatan pengabdian kepada masyarakat ini menggunakan pendekatan pendampingan berbasis problem solving dalam bidang manajemen digital. Pendekatan ini menempatkan mahasiswa sebagai fasilitator yang membantu mitra usaha memahami dan menguatkan

praktik pengelolaan usaha yang telah berjalan (Hadiyati, 2020). Pendampingan dilakukan observasi partisipatif, keterlibatan langsung dalam aktivitas usaha, serta diskusi manajerial dengan mitra usaha, yang dilaksanakan melalui beberapa tahapan kerja yang sistematis dan terstruktur dimulai dari fase pemetaan masalah awal bersama mitra usaha melalui observasi lapangan, wawancara informal, serta identifikasi kebutuhan prioritas yang berkaitan dengan operasional usaha, pemasaran digital, dan pencatatan transaksi. Berdasarkan hasil pemetaan tersebut kemudian disusun rencana aksi pendampingan yang memuat tujuan kegiatan, jadwal pelaksanaan, pembagian peran pendamping, serta indikator capaian yang ingin dicapai selama program berlangsung. Tahap selanjutnya adalah implementasi pendampingan yang mencakup penguatan pengelolaan konten dan akun media sosial usaha melalui pendampingan pembuatan konten promosi sederhana, pengaturan jadwal unggahan, serta optimalisasi interaksi dengan pelanggan secara digital. Selain itu dilakukan pendampingan pencatatan transaksi harian dan administrasi keuangan sederhana dengan memperkenalkan format pencatatan yang mudah digunakan agar mitra mampu mendokumentasikan aktivitas penjualan secara lebih sistematis dan terdokumentasi. Seluruh proses pendampingan dilaksanakan melalui keterlibatan langsung mahasiswa dalam aktivitas operasional usaha sehingga terjadi proses pembelajaran dua arah antara pendamping dan mitra. Tahapan akhir kegiatan dilakukan evaluasi berkala melalui diskusi reflektif bersama mitra usaha untuk menilai tingkat pemahaman, tingkat penerapan praktik manajemen digital yang telah diperkenalkan, serta mengidentifikasi hambatan yang masih dihadapi sehingga dapat dirumuskan rekomendasi tindak lanjut sebagai upaya menjaga keberlanjutan implementasi manajemen digital pada usaha mitra.



Gambar 2. Interaksi mahasiswa dengan mitra usaha



Gambar 3. Pendampingan pemasaran digital

HASIL

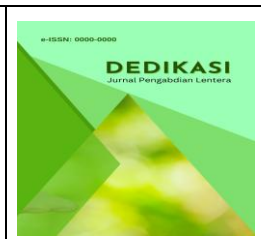
Hasil kegiatan menunjukkan bahwa sistem operasional QMAX WATER telah berjalan dengan baik, mulai dari proses produksi, pengemasan, hingga distribusi kepada pelanggan. Pelayanan dilakukan secara langsung maupun melalui layanan pesan antar berbasis digital. Pendampingan juga menghasilkan dokumentasi aktivitas usaha dan analisis sederhana terhadap data transaksi. Berdasarkan pendampingan pencatatan keuangan, sekitar 65% transaksi usaha berasal dari layanan non tatap muka berbasis digital, sedangkan 35% berasal dari transaksi tatap muka.



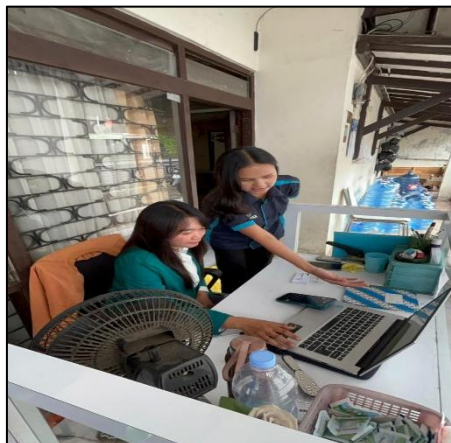
Gambar 4. Distribusi produk air minum isi ulang



Dedikasi: Jurnal Pengabdian Lentera
Vol 03 No 01 Januari 2026
E ISSN : 3032-582X
<https://lenteranusa.id/>



Gambar 5. Pengantaran produk air minum isi ulang



Gambar 6. Analisis data dan pendampingan administrasi



Gambar 7. Proses operasional di area produksi

	Dedikasi: Jurnal Pengabdian Lentera Vol 03 No 01 Januari 2026 E ISSN : 3032-582X https://lenteranusa.id/	
---	---	---

PEMBAHASAN

Kegiatan pendampingan manajemen digital yang dilaksanakan pada UMKM QMAX WATER menunjukkan bahwa pemanfaatan teknologi digital telah menjadi bagian integral dari sistem pengelolaan usaha. Hasil pendampingan memperlihatkan bahwa aktivitas pemasaran digital melalui media sosial tidak hanya berfungsi sebagai sarana promosi, tetapi juga berkontribusi langsung terhadap peningkatan efisiensi layanan dan pendapatan usaha. Temuan ini sejalan dengan pandangan Kotler dan Keller (2016) yang menyatakan bahwa pemasaran digital memungkinkan pelaku usaha membangun hubungan yang lebih dekat dengan pelanggan melalui komunikasi yang cepat dan interaktif.

Dominannya transaksi non tatap muka berbasis digital pada QMAX WATER menunjukkan perubahan perilaku konsumen dalam mengakses layanan depot air minum isi ulang. Konsumen cenderung memilih layanan yang praktis, cepat dan mudah diakses melalui media digital. Hal ini memperkuat temuan penelitian Prasetyo dan Widodo (2022) yang menyebutkan bahwa digital marketing mampu meningkatkan daya saing UMKM melalui kemudahan akses informasi dan layanan bagi pelanggan. Dengan demikian, pemasaran digital pada QMAX WATER tidak hanya berperan sebagai pelengkap, tetapi telah menjadi strategi utama dalam pengelolaan usaha.

Pendampingan yang dilakukan tidak fokus pada perusahaan sistem operasional yang telah berjalan, melainkan pada penguatan dan penataan praktik manajemen digital secara lebih terstruktur. Pendekatan ini sesuai dengan konsep pendampingan UMKM berbasis problem solving, dimana pendamping berperan sebagai fasilitator yang membantu mitra memahami dan mengoptimalkan potensi yang telah dimiliki (Hadiyati, 2020). Melalui observasi partisipatif dan diskusi manajerial, mitra usaha didorong untuk merefleksikan praktik usaha yang selama ini dijalankan dan mengaitkannya dengan konsep manajemen sederhana.

Salah satu aspek penting dalam pendampingan adalah dokumentasi aktivitas usaha dan pencatatan keuangan sederhana. Dokumentasi ini membantu mitra usaha memahami keterkaitan antara aktivitas pemasaran dan digital dan kontribusinya terhadap pendapatan usaha. OECD (2021) menekankan bahwa digitalisasi UMKM perlu diiringi dengan pengelolaan data dan informasi yang sistematis agar pelaku usaha mampu mengambil keputusan berbasis data. Kala konteks QMAX WATER, pendampingan dokumentasi usaha menjadi langkah awal untuk membangun kesadaran manajerial yang lebih baik.

Selain memberikan dampak bagi mitra usaha, kegiatan pendampingan juga memberikan nilai pembelajaran bagi mahasiswa sebagai pelaksana KKN. Mahasiswa memperoleh pengalaman langsung dalam menerapkan konsep manajemen dan pemasaran digital pada konteks nyata UMKM. Hal ini sejalan dengan tujuan KKN sebagai media pembelajaran kontekstual yang mengintegrasikan teori dan praktik lapangan (Suryana, 2019). Interaksi intensif antara mahasiswa dan mitra usaha juga membentuk proses pembelajaran dua arah yang saling menguntungkan.



Gambar 8. Diskusi teknis dengan mitra usaha

Dari perspektif pengabdian kepada masyarakat, kegiatan ini menunjukkan bahwa pendampingan UMKM berbasis manajemen digital dapat memberikan dampak yang lebih berkelanjutan dibandingkan kegiatan yang bersifat pelatihan satu arah. Pendampingan memungkinkan terjadinya proses adaptasi dan internalisasi pengetahuan secara bertahap oleh mitra usaha (Susanti & Lestari, 2021). Oleh karena itu, pendekatan pendampingan dinilai lebih efektif dalam meningkatkan kapasitas UMKM, khususnya dalam menghadapi tantangan digitalisasi.

Keberhasilan pendampingan manajemen digital pada QMAX WATER juga dipengaruhi kesiapan mitra usaha dalam menerima inovasi dan perubahan. Sikap terbuka dan kooperatif mitra menjadi faktor penting dengan penelitian Rahayu dan Day (2017) yang menyatakan bahwa kesiapan internal UMKM menjadi faktor penentu keberhasilan adopsi teknologi digital.

Dengan demikian, kegiatan pendampingan manajemen digital pada UMKM QMAX WATER dapat dipandang sebagai model pengabdian kepada masyarakat yang relevan dengan kebutuhan UMKM saat ini. Model ini menekankan kolaborasi, partisipasi aktif mitra, serta penguatan praktik usaha yang telah berjalan. Ke depan, kesinambungan pendampingan dan pengembangan program serupa pada UMKM lain diharapkan dapat memperluas dampak pengabdian dan mendukung penguatan ekonomi masyarakat secara berkelanjutan.

KESIMPULAN

Kegiatan pengabdian kepada masyarakat melalui pendampingan manajemen digital di UMKM QMAX WATER memberikan manfaat nyata bagi mitra usaha. QMAX WATER

telah memiliki sistem operasional dan pemasaran digital yang berjalan baik dan pendampingan membantu meningkatkan pemahaman mitra terhadap usaha secara lebih terstruktur. Pendekatan pendampingan berbasis problem solving terbukti efektif dalam mengaitkan operasional usah, pemasaran digital, Dan pencatatan keuangan sederhana. Kegiatan ini mendukung keberlanjutan UMKM serta menjadi sarana pembelajaran aplikatif bagi mahasiswa. Meskipun kegiatan pendampingan ini memiliki keterbatasan pada durasi pelaksanaan program KKN yang relatif singkat sehingga belum memungkinkan pemantauan dampak jangka panjang terhadap kinerja usaha, oleh karena itu diperlukan program pendampingan lanjutan secara berkala, monitoring implementasi manajemen digital, serta pengembangan pelatihan lanjutan agar keberlanjutan peningkatan kapasitas manajerial mitra dapat terjaga secara berkesinambungan.

UCAPAN TERIMAKASIH

Ucapan terima kasih diberikan kepada Tim KKN 2025 Program Studi Manajemen, Universitas Widya Husada Semarang serta UMKM QMAX WATER Kota Bandung.

DAFTAR PUSTAKA

- Hadiyati, E (2020). Pendampingan UMKM berbasis manajemen dan digitalisasi. *Jurnal Pengabdian kepada Masyarakat*, 5(2). 112-120.
- Hapsari, D., & Wulandari, S. (2019). Penguatan UMKM melalui pendampingan berbasis komunitas . *Jurnal Pengabdian kepada Masyarakat*, 4(1), 55-63.
- Kotler, P., & Keller, K.L. (2016). Marketing Management (15the ed.). *Pearson Education*.
- Kurniawan, D., & Santoso, B. (2021). Implementasi manajemen digital pada UMKM. *Jurnal Manajemen Strategi*, 9(2), 101-112.
- Laudon, K.C., & Laudon, J.P. (2018). *Management Information Sytems:Managing the digital firm* (15th ed.). Pearson Education.
- Nuryanti, S., & Rahmawati, T. (2021). Digitalisasi UMKM dan tantangannya. *Jurnal Ekonomi Pembangunan*, 22(2), 198-210.
- OECD. (2021). *Digital Transformation of SMEs*. OECD Publishing.
- Prasetyo, B., & Widodo, T. (2020). Digital marketing sebagai strategi penguatan UMKM. *Jurnal Manajemen dan Kewirausahaan*, 14(1), 45-56.
- Putri, R.A., & Hidayat, W. (2020). Pemasaran digital sebagai upaya peningkatan penjualan UMKM. *Jurnal Administrasi Bisnis*, 8(2), 67-75.
- Rahayu, R., & Day, J. (2017). E-commerce adoption by SMEs in developing countries. *Journal of Enterprise Information Management*, 30(3), 409-427.
- Sari, M., & Nugroho, A. (2020). Peran teknologi digital dalam keberlanjutan UMKM. *Jurnal Inovasi Bisnis*, 10(1), 23-34.
- Setiawan, A., & Nurhayati, S. (2020). Strategi digitalisasi UMKM di era industri 4.0. *Jurnal Manajemen Bisnis*, 17(2), 123-145.

	Dedikasi: Jurnal Pengabdian Lentera Vol 03 No 01 Januari 2026 E ISSN : 3032-582X https://lenteranusa.id/	
---	--	---

- Suryana. (2019). *Kewirausahaan : Kiat dan proses menuju sukses*. Salemba Empat.
- Susanti, S., & Lestari, R. (2021). Peran pendampingan dalam meningkatkan keberlanjutan UMKM. *Jurnal Pengabdian Masyarakat*, 6(3), 201-210.
- Widodo, T., & Prasetyo, B. (2021). Pemanfaatan media sosial dalam penguatan UMKM. *Jurnal Ekonomi dan Bisnis*, 24(1), 89-101.