



MENGEMBANGKAN EKONOMI KREATIF UMKM RADDINA CHOCOLATE MELALUI PENINGKATAN KUALITAS LAPORAN KEUANGAN

Ari Sita Nastiti*¹, Gardina Aulin Nuha², Yulinartati³

^{1,2,3} Universitas Muhammadiyah Jember, Jember, Indonesia

*Corresponding Author: arisitanastiti@unmuhjember.ac.id

<p>Info Article</p> <p>Received : 01 Juli 2025</p> <p>Revised : 03 Agustus 2025</p> <p>Accepted : 02 September 2025</p> <p>Publication : 30 September 2025</p>	<p>Abstract: <i>Raddina Chocolate is a local MSME located in Klompangan Village, Ajung Sub-district, Jember Regency, which focuses on producing various processed chocolate products. Its product line includes decorative chocolate and bakery-based creations, distributed mainly through souvenir centers in Jember Regency. In managing its business, the partner encounters two primary challenges: financial records that do not comply with the SAK EMKM and limited marketing strategies. This community engagement program aims to strengthen Raddina Chocolate's role in the creative economy by enhancing the quality of its financial reporting and developing more innovative marketing approaches. The activities were implemented at the partner's business site through a combination of lectures and hands-on practice. The PKM team delivered training on financial bookkeeping in accordance with SAK EMKM as well as the use of digital media for marketing purposes. Evaluation was conducted through discussions and interviews to assess participants' comprehension and the overall effectiveness of the program. It is expected that this initiative will foster business growth, open new employment opportunities, and inspire the surrounding community to engage in the creative economy sector, ultimately contributing to regional economic development.</i></p>
<p>Keywords: MSME, Chocolate, SAK EMKM, Financial Recording, Marketing Strategy</p> <p>Kata Kunci: UMKM, Chocolate, SAK EMKM, Pencatatan Keuangan, Strategi Pemasaran</p>	<p>Abstrak: Raddina Chocolate merupakan UMKM lokal yang berlokasi di Desa Klompangan, Kecamatan Ajung, Kabupaten Jember, dengan fokus pada produksi olahan cokelat. Produk yang dihasilkan meliputi cokelat dekoratif hingga berbasis bakery, yang dipasarkan melalui mitra di Kabupaten Jember. Mitra menghadapi dua permasalahan utama, yaitu pencatatan keuangan yang belum sesuai dengan SAK EMKM serta strategi pemasaran yang masih terbatas. Program pengabdian masyarakat ini bertujuan memperkuat peran Raddina Chocolate dalam ekonomi kreatif melalui peningkatan kualitas laporan keuangan dan pengembangan strategi pemasaran yang lebih inovatif. Kegiatan dilaksanakan di lokasi usaha mitra melalui metode ceramah dan praktik langsung, termasuk pelatihan pencatatan keuangan berbasis SAK EMKM serta pemanfaatan media digital untuk pemasaran. Evaluasi dilakukan melalui diskusi dan wawancara guna menilai pemahaman peserta serta efektivitas program. Diharapkan program ini mampu mendorong pertumbuhan usaha, membuka lapangan kerja baru, dan berkontribusi pada peningkatan perekonomian daerah.</p>
<p><i>Licensed Under a Creative Commons Attribution 4.0 International License</i></p> 	

INTRODUCTION

Ekonomi kreatif memberikan manfaat positif bagi perekonomian, dimana kontribusinya secara signifikan mempengaruhi PDB dan meningkatkan daya saing nasional di kancah global (Syafitri dan Nisa, 2024). Merujuk pada UU Nomor 24 Tahun 2019, ekonomi kreatif dipahami sebagai proses penciptaan nilai tambah yang bersumber dari kekayaan intelektual melalui kreativitas manusia, yang berlandaskan pada warisan budaya dan ilmu pengetahuan, serta teknologi. Sektor ini memiliki potensi besar sebagai penggerak pertumbuhan ekonomi yang berkelanjutan (*sustainable economic growth*) dikarenakan ide dan kreativitas merupakan sumber daya yang dapat terus dikembangkan tanpa batas (Nastiti dan Citraningrum, 2021).

Seiring dengan meningkatnya kontribusi sektor ini, perhatian terhadap penguatan pondasi ekonomi kreatif menjadi semakin relevan, terutama dalam konteks pemberdayaan pelaku usaha lokal. Ekonomi kreatif tidak hanya ditentukan oleh kemampuan menciptakan produk inovatif, tetapi juga pada ekosistem pendukung yang mencakup aspek manajerial, akses pasar, serta kemampuan pelaku usaha dalam mengelola keuangan dan operasional bisnis (Munajat, *et al.*, 2022). Dengan kata lain, untuk mendorong pertumbuhan ekonomi kreatif, dibutuhkan pendekatan yang tidak hanya berorientasi pada hasil akhir berupa produk, tetapi juga pada penguatan kapasitas sumber daya manusianya. Hal ini penting agar nilai tambah dari kreativitas yang dihasilkan mampu berkontribusi secara nyata terhadap kesejahteraan pelaku usaha dan masyarakat sekitar.

Kuliner sebagai salah satu ekonomi kreatif di Indonesia juga memberikan kontribusi besar dalam perekonomian. Hasil evaluasi pemerintah, pada tahun 2023 subsektor kuliner, menjadi salah satu penyumbang ekspor tertinggi (Kementerian Pariwisata dan Ekonomi Kreatif, 2023). Sektor kuliner memiliki potensi bertumbuh paling besar (Hastuti, *et al.*, 2022). Hal ini tidak terlepas dari kekhasan kuliner Indonesia sebagai hasil dari keanekaragaman sumberdaya alam yang dimilikinya. Salah satunya adalah cokelat. Cokelat merupakan makanan atau bahan makanan yang terbuat dari biji kakao. Proses pembuatan cokelat melibatkan fermentasi, pengeringan, pemanggangan, dan penggilingan biji kakao untuk menghasilkan pasta kakao, yang kemudian dipisahkan menjadi lemak kakao (*cocoa butter*) dan padatan kakao (Maesaroh, *et al.*, 2025). Cokelat dapat disajikan dalam berbagai bentuk, seperti batangan, serbuk, atau cair, dan sering digunakan dalam berbagai resep makanan, minuman, dan pencuci mulut.

Cokelat sebagai bahan makanan yang diminati masyarakat luas memiliki manfaat yang baik bagi kesehatan. Dilansir dari website klikdokter.com yang diakses pada tanggal 04 November 2024, cokelat memiliki manfaat diantaranya kaya mikronutrien, memberikan efek stimulan bagi tubuh, meningkatkan *mood*, mengandung antioksidan, mengontrol tekanan darah, mengontrol kolesterol serta meningkatkan kesehatan jantung (Anggraini, 2024). Cokelat dapat menurunkan kadar stress pada mahasiswa yang sedang menghadapi ujian (Claresta dan Purwoko, 2017). Berdasarkan pemaparan tersebut tak heran cokelat menjadi salah satu sumberdaya yang digunakan untuk ekonomi kreatif di bidang kuliner.

Tingginya minat konsumen terhadap produk berbasis cokelat membuka peluang besar bagi pelaku usaha di sektor ini untuk terus berinovasi dalam menciptakan produk kuliner yang memiliki nilai jual tinggi. Cokelat tidak hanya diminati oleh pasar dalam negeri, tetapi juga memiliki potensi ekspor yang kuat, khususnya apabila dikemas dengan cita rasa khas lokal dan strategi pemasaran yang adaptif terhadap tren konsumen. Kombinasi antara kualitas bahan baku, narasi produk yang kuat, dan pengemasan yang menarik menjadi kunci untuk meningkatkan daya saing produk cokelat lokal di pasar yang lebih luas. Oleh karena itu, pengembangan usaha kuliner berbasis cokelat perlu didukung tidak hanya dari sisi produksi, tetapi juga dari aspek tata kelola bisnis yang profesional dan berorientasi jangka panjang.

Raddina Chocolate merupakan salah satu kuliner lokal yang terletak di RT.1 RW1, Curah Kates, Klompangan, Kec. Ajung, Kabupaten Jember, Jawa Timur. Raddina Chocolate didirikan oleh sepasang suami istri yaitu Bapak Hendra dan Ibu Novi. Beliau merupakan lulusan sarjana pertanian sehingga *concern* dengan budidaya cokelat. Raddina Chocolate merupakan UMKM yang berkonsep integrasi hulu ke hilir. Integrasi hulu ke hilir memang penting untuk meningkatkan daya saing UMKM (Hubeis, *et al.*, 2018). Praktek integrasi ini dilakukan oleh mitra melalui budidaya kakao kemudian dipanen hingga pengolahan menjadi beragam produk berbahan baku biji cokelat.

Berdasarkan keterangan Mitra, aktivitas usaha yang dijalankan masih menemui beberapa kendala, antara lain:

1. Sistem pencatatan keuangan yang diterapkan masih bersifat sederhana dan belum disusun berdasarkan SAK Indonesia untuk EMKM.

Selain itu, laporan keuangan tidak secara rutin disusun serta terdapat kesalahan pemahaman terkait penggunaan Debit dan Kredit. Untuk itu, penguatan pemahaman literasi keuangan melalui pelatihan akuntansi dasar diperlukan guna meningkatkan

kualitas pengelolaan keuangan serta mendukung pengambilan keputusan yang lebih efektif dan efisien (Latifatunnida, 2023).

2. Lemahnya fungsi pemasaran, dimana Mitra belum memiliki strategi pemasaran yang kokoh, yang dapat diakibatkan belum mantapnya perencanaan bisnis Mitra.

Hal tersebut dikarenakan produk Mitra hanya terbatas dipasarkan langsung ke toko oleh-oleh dan Mitra tidak mengandalkan pemasaran secara mandiri. Oleh karena itu mitra perlu untuk meningkatkan pemasaran dengan memanfaatkan dunia digital. Penggunaan media pemasaran berbasis modern akan lebih memperluas pemasaran karena jangkauan dari media sosial dan marketplace sangat luas sehingga lebih efektif (Murdani, 2022)

Untuk itu, kegiatan pengabdian masyarakat dengan dilakukan dengan tujuan mengembangkan ekonomi kreatif Mitra dari segi pencatatan keuangan (akuntansi) dan peningkatan strategi pemasaran.

METHOD

Kegiatan pengabdian masyarakat ini akan dilaksanakan di Raddina Chocolate, yang merupakan salah satu UMKM lokal di Desa Ajung yang bergerak di bidang produksi makanan atau kuliner. Mitra memproduksi beberapa produk olahan coklat, antara lain: coklat hias *compound*, coklat berbagai rasa, brownies chips edamame, keripik pisang coklat, aneka bakery, dll. Lokasi usaha Mitra terletak di RT.1 RW.1, Dusun Curah Kates Desa Klompangan, Kecamatan Ajung, Kabupaten Jember - Jawa Timur. Kegiatan ini direncanakan akan dilaksanakan pada Bulan November 2024 - Februari 2025.

Kegiatan pengabdian ini dilaksanakan menggunakan metode ceramah yang dipadukan dengan pendekatan *participatory learning*, yaitu pendekatan pembelajaran yang menekankan prinsip *learning by doing*. Model pembelajaran partisipatif ini dibangun atas dasar keterlibatan aktif Mitra dalam seluruh tahapan kegiatan, mulai dari perencanaan, pelaksanaan, hingga evaluasi (Darmawan dan Rosmilawati, 2020). Perincian metode pelaksanaan kegiatan pada bidang permasalahan yang dihadapi Mitra adalah:

- a. Permasalahan dalam bidang akuntansi.

Mitra akan diberikan pemahaman terkait pencatatan akuntansi yang sesuai dengan standar yang berlaku. Melalui pemahaman terhadap pentingnya pencatatan keuangan yang akurat dan terstruktur, diharapkan mitra termotivasi untuk

memperbaiki sistem pencatatan keuangan yang telah dijalankan selama ini. Selain itu, mitra juga akan memperoleh pemaparan terkait proses penyusunan dan pelaporan keuangan berdasarkan SAK Indonesia untuk EMKM. Penerapan pencatatan akuntansi yang tepat akan menghasilkan laporan keuangan yang dapat dijadikan dasar dalam pengambilan keputusan. Laporan keuangan yang tersusun dengan baik memungkinkan pemilik usaha dan manajemen untuk menganalisis kinerja bisnis secara lebih objektif serta menentukan langkah strategis yang mendukung perkembangan usaha (Hastiwi, *et al.*, 2022).

Laporan keuangan juga memiliki peran penting dalam mendukung pertumbuhan serta perkembangan UMKM. Melalui laporan keuangan yang tersusun secara sistematis, pelaku usaha dapat memperoleh informasi keuangan yang akurat sehingga mampu mengambil keputusan yang lebih tepat bagi keberlanjutan usahanya.

b. Permasalahan dalam bidang pemasaran

Mitra akan memperoleh penjelasan mengenai strategi pemasaran yang efektif, khususnya melalui pemanfaatan media digital serta pentingnya membangun jejaring usaha pada berbagai bidang bisnis. Penerapan strategi pemasaran digital dinilai mampu meningkatkan penjualan dengan memanfaatkan beragam teknik dan fitur yang tersedia pada berbagai platform daring.

Sebagai pendekatan pemasaran modern, strategi ini dinilai efisien karena memiliki jangkauan yang luas, dapat menjangkau berbagai segmen pasar, serta dapat diterapkan dengan kebutuhan biaya dan tenaga yang relatif rendah (Syahputra, 2024). Mitra juga akan didampingi dalam membuat platform media digital untuk usahanya serta dilatih dalam membuat konten-konten pemasaran di media digital.

RESULTS AND DISCUSSION

Results

Kegiatan pengabdian masyarakat ini dilaksanakan pada Januari–Maret 2025 dengan menggandeng UMKM Raddina Chocolate di Desa Klompangan, Kecamatan Ajung, Kabupaten Jember. Tahap persiapan dimulai Januari melalui komunikasi intensif guna mengidentifikasi masalah utama dan menyepakati solusi bersama.



Gambar 1. Sesi Penyampaian Materi

Pelaksanaan utama kegiatan berlangsung pada 10 Februari 2025, didampingi dua mahasiswa Prodi Akuntansi Universitas Muhammadiyah Jember. Materi pertama mengenai Optimalisasi Media Sosial dan Digital Marketing. Materi ini bertujuan meningkatkan strategi pemasaran Mitra. Ditemukan bahwa Mitra sudah menggunakan Instagram dan Shopee, namun belum optimal. Hambatan utama adalah keterbatasan waktu dalam mengelola media digital. Solusi yang disarankan:

1. Menyediakan informasi produk yang lengkap dengan visual menarik
2. Mengelola akun digital secara terstruktur dan rutin
3. Mempekerjakan/menugaskan karyawan khusus pemasaran digital
4. Berkolaborasi dengan influencer atau mahasiswa magang/KKN
5. Memperluas pemanfaatan *marketplace*

Materi kedua mengenai Penyusunan Laporan Keuangan sesuai SAK Indonesia untuk EMKM. SAK Indonesia untuk EMKM merupakan standar akuntansi yang ditujukan untuk memenuhi kebutuhan pelaporan keuangan entitas mikro, kecil, dan menengah. Penerapan standar ini diharapkan dapat meningkatkan transparansi dan akuntabilitas laporan keuangan UMKM (Khairunnisa, 2022). Pemahaman akuntansi UMKM masih terbatas, termasuk oleh Mitra. Materi mencakup pentingnya laporan keuangan, serta penerapan SAK Indonesia untuk EMKM yang sederhana namun efektif. Tim kegiatan pengabdian masyarakat menyarankan:

1. Membangun sistem pembukuan berbasis *cloud*
2. Mencatat transaksi secara sistematis dan rutin
3. Melakukan rekonsiliasi kas dan bank

4. Inventarisasi aset dan liabilitas berdasarkan biaya historis
5. Menyusutkan aset tetap sesuai umur manfaat
6. Melakukan audit internal sederhana
7. Mematuhi pencatatan dan pelaporan perpajakan
8. Merancang proyeksi keuangan untuk menjaga likuiditas

Kegiatan ini diharapkan mampu meningkatkan kapasitas digital marketing dan akuntansi Mitra secara berkelanjutan sehingga dapat meningkatkan jangkauan pasar (Handani, *et al.*, 2022).



Gambar 2. Sesi Diskusi

Tahapan penutup dari kegiatan ini meliputi proses monitoring dan evaluasi. Kegiatan evaluasi dilakukan melalui sesi diskusi bersama mitra untuk memperoleh umpan balik terkait efektivitas pelaksanaan program. Evaluasi difokuskan pada beberapa aspek, antara lain:

- a. Tingkat pemahaman mitra terhadap penyusunan laporan keuangan sesuai SAK Indonesia untuk EMKM);
- b. Pemahaman mitra mengenai penerapan strategi *digital marketing*; dan
- c. Saran serta masukan dari mitra terhadap pelaksanaan kegiatan PKM ini.

Berdasarkan hasil evaluasi, diketahui bahwa mitra belum memiliki pemahaman yang komprehensif mengenai penerapan SAK Indonesia untuk EMKM. Kondisi ini disebabkan oleh latar belakang pendidikan mitra dan karyawannya yang sebagian besar tidak berasal dari bidang akuntansi atau keuangan. Oleh karena itu, dibutuhkan program

pelatihan lanjutan untuk mendukung kesiapan mitra dalam menerapkan SAK Indonesia untuk EMKM pada penyusunan laporan keuangannya.



Gambar 3. Foto Bersama Mitra

CONCLUSION

Kegiatan pengabdian yang dilaksanakan pada UMKM Raddina Chocolate dapat memberikan kontribusi dalam pengembangan usaha tersebut. Berdasarkan hasil kegiatan, dapat disimpulkan bahwa:

1. Mitra sudah mulai memahami pentingnya pemasaran digital, terutama melalui media sosial dan *marketplace*. Namun, untuk meningkatkan efektivitasnya, Mitra perlu konsistensi dalam pengelolaan dan peningkatan kualitas konten, serta pengelolaan yang lebih terstruktur dan rutin.
2. Penyusunan laporan keuangan sesuai dengan SAK Indonesia untuk EMKM merupakan langkah penting bagi Mitra. Meskipun Mitra telah memperoleh pemahaman dasar tentang penyusunan laporan keuangan, namun masih diperlukan pelatihan lanjutan untuk lebih memahami secara mendalam SAK Indonesia untuk EMKM, serta bagaimana menerapkan prinsip-prinsip akuntansi yang benar dalam praktik sehari-hari.

Secara keseluruhan, kegiatan pengabdian masyarakat ini berpotensi mendukung keberlanjutan usaha Mitra. Dengan adanya pemahaman yang lebih baik tentang laporan keuangan dan pemasaran digital, serta potensi pengembangan produk dan diversifikasi pasar, Raddina Chocolate memiliki peluang untuk terus berkembang dan memperluas pasar, baik di tingkat lokal maupun nasional

ACKNOWLEDGEMENT

Ucapan terima kasih kami sampaikan kepada LPPM Universitas Muhammadiyah Jember dan Raddina Chocolate selaku Mitra.

REFERENCES

- Anggraini, D. N. (2024). *20 MANFAAT COKELAT UNTUK KESEHATAN TUBUH. Klikdokter*. <https://www.klikdokter.com/gaya-hidup/diet-nutrisi/mengintip-manfaat-cokelat-untuk-tubuh-anda>. Diakses pada 15 Januari 2025.
- Claresta, L. J., & Purwoko, Y. (2017). PENGARUH KONSUMSI COKELAT TERHADAP TINGKAT KECEMASAN MAHASISWA FAKULTAS KEDOKTERAN PRAUJIAN. *Jurnal Kedokteran Diponegoro (Diponegoro Medical Journal)*, 6(2), 737–747. <https://doi.org/10.14710/dmj.v6i2.18591>
- Darmawan, D., & Rosmilawati, I. (2020). *PARTICIPATORY LEARNING AND ACTION (PLA) PADA KELOMPOK KELUARGA HARAPAN DI KOTA SERANG. Prosiding Seminar Nasional Pendidikan FKIP*, 3(1), 570–579.
- Hastiwi, M., Novilasari, E. D., & Nugroho, N. T. (2022). PENTINGNYA LAPORAN KEUANGAN DALAM MENILAI KINERJA KEUANGAN PADA PERUSAHAAN. *Prosiding Seminar Nasional & Call for Paper HUBISINTEK 2022*, 2(1), 18–25.
- Hastuti, H., Zayana, Z., Bully, N. A., & Putri, I. K. (2022). PELATIHAN PENGEMBANGAN PARIWISATA KULINER MELALUI MEDIA SOSIAL PADA UMKM. *Abdimas Polsaka*, 1(2), 101–106. <https://doi.org/10.35816/abdimaspolsaka.v1i2.45>
- Handani, S. S., Mustika, D., Susanti, R. A., & Prijatna, H. (2022). PELATIHAN KOMPETENSI DAN BIMBINGAN DIGITAL MARKETING UNTUK PENINGKATAN KAPASITAS KEWIRAUSAHAAN ANGGOTA PPK DESA GUNASARI KABUPATEN SUMEDANG. *Jurnal Pengabdian Kepada Masyarakat*, 12(2), 128–133. <https://ojs.uninus.ac.id/JPKM/article/view/2182>
- Hubeis, M., Mulyati, H., Dewi, F. R., & Widyastuti, H. (2018). STRATEGI PENGEMBANGAN USAHA MIKRO, KECIL, DAN MENENGAH PANGAN BERDAYA SAING. *Policy Brief, No. 03*, 10–14.
- Kementerian Pariwisata dan Ekonomi Kreatif. (2023). *OUTLOOK PARIWISATA DAN EKONOMI KREATIF 2023–2024*. Deputi Bidang Kebijakan Strategis Kementerian Pariwisata dan Ekonomi Kreatif.

- <https://www.kemenparekraf.go.id/hasil-pencarian/outlook-pariwisata-dan-ekonomi-kreatif-20232024>. Diakses pada 15 Januari 2025.
- Khairunnisa, C. M. (2022). PEMASARAN DIGITAL SEBAGAI STRATEGI PEMASARAN: CONCEPTUAL PAPER. *Jurnal Aplikasi Manajemen dan Inovasi Bisnis*, 5(1), 98–102. <http://dx.doi.org/10.47201/jamin.v5i1.109>
- Latifatunnida, F. (2023). PENINGKATAN LITERASI AKUNTANSI SEDERHANA MELALUI PELATIHAN SISTEM AKUNTANSI BERBASIS ANDROID PADA TOKO MAHLIGAI BUAH. *Solidaritas: Jurnal Pengabdian*, 3(1), 57–66. <https://doi.org/10.24090/sjp.v3i1.5633>
- Maesaroh, M., Rachmat, R., & Fanani, M. Z. (2025). COKELAT DAN EFEK PENYEGARNYA. *Karimah Tauhid*, 4(2), 1534–1542. <https://doi.org/10.30997/karimahtauhid.v4i2>.
- Murdani, O. D. (2022). *STRATEGI PENGEMBANGAN UMKM RUMAH COKLAT BODAG DI KECAMATAN KARE KABUPATEN MADIUN*. (Skripsi, Institut Agama Islam Negeri Ponorogo, Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam, Jurusan Ekonomi Syariah).
- Munajat, M., Gunawan Putri, A., Rahayu, Y. P., Sari, F. P., Dahliana, A. B., Sofyanty, D., Soni, A., Kurniawati, K., Suyarti, S., Fiyul, A. Y., Irwan, I., Sani, C., Retnaningdiah, D., Santoso, R., & Dewanto, I. J. (2022). *EKONOMI KREATIF: SUATU KONSEP EKONOMI BARU*. Purbalingga: Eureka Media Aksara.
- Nastiti, A. S., & Citraningrum, D. M. (2021). PENGEMBANGAN EKONOMI KREATIF BERBASIS BAHASA DAN SASTRA INDONESIA MELALUI PRODUK SABLON BERDESAIN OLAH KATA BERMUATAN KEARIFAN LOKAL JEMBER. *Journal of Community Development*, 2(1), 10–14. <https://doi.org/10.47134/comdev.v2i1.32>
- Syafitri, A. D. A., & Nisa, F. L. (2024). PERKEMBANGAN SERTA PERAN EKONOMI KREATIF DI INDONESIA DARI MASA KE MASA. *Jurnal Ekonomi Bisnis dan Manajemen*, 2(3), 189–198. <https://doi.org/10.59024/jise.v2i3.810>
- Syahputra, J. (2024). PENERAPAN PENCATATAN AKUNTANSI, PENYUSUNAN LAPORAN KEUANGAN PADA UMKM. *AKADEMIK: Jurnal Mahasiswa Ekonomi & Bisnis*, 4(1), 359–368. <https://doi.org/10.37481/jmceb.v4i1.713>