

Transformasi Digital bagi UMKM di Desa Ngusikan: Sosialisasi dan Pendampingan Penggunaan Digital Marketing

Muhammad Husen¹, Imam Bayhaki², Septian Ragil Anandita^{3*}, Wisnu Mahendri⁴, Akhmad Taqiyuddin⁵, M. Nur Zhaki⁶, Muhamad Ibrahim⁷, Muhammad Andi⁸, Ayu Musthofiyah⁹, Nila Dianingsih¹⁰

^{1,6}Ekonomi Syari'ah, STAIS Miftahul Ulum Lumajang

²Hukum Keluarga Islam, STAIS Miftahul Ulum Lumajang

^{3,4,5,7,8,9,10}Manajemen, Universitas KH. A. Wahab Hasbullah

*Email: ragil@unwaha.ac.id

ABSTRACT

This community service project was aimed at increasing the sales turnover of MSMEs (Micro, Small, and Medium Enterprises) in Ngusikan Village through digital marketing and administrative assistance. The project involved training and hands-on assistance in optimizing social media usage, improving branding, and completing business administration such as obtaining business licenses (NIB) and halal certification. The approach taken was a combination of workshops and field assistance with the MSMEs. The results indicate a significant improvement in the knowledge and practices of MSME actors in digital marketing, leading to a substantial increase in sales turnover and market visibility.

Keywords: Business Administration; Digital Marketing; Halal Certification; MSMEs; Sales Turnover.

ABSTRAK

Program pengabdian masyarakat ini bertujuan untuk meningkatkan omzet penjualan UMKM (Usaha Mikro Kecil dan Menengah) di Desa Ngusikan melalui pemasaran digital dan pendampingan administrasi. Program ini mencakup pelatihan dan pendampingan langsung dalam mengoptimalkan penggunaan media sosial, meningkatkan branding, serta melengkapi administrasi usaha seperti pembuatan NIB dan sertifikasi halal. Pendekatan yang digunakan adalah kombinasi antara sosialisasi melalui lokakarya dan pendampingan lapangan secara langsung kepada UMKM. Hasil dari program ini menunjukkan peningkatan yang signifikan dalam pengetahuan dan praktik pelaku UMKM dalam pemasaran digital, yang berdampak pada peningkatan omzet penjualan dan visibilitas pasar.

Kata Kunci: Administrasi Bisnis, Omset Penjualan, Pemasaran Digital, Sertifikasi Halal, UMKM.

PENDAHULUAN

Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah (UMKM) merupakan salah satu pilar utama perekonomian Indonesia. Menurut data dari Kementerian Koperasi dan UKM (2021), UMKM berkontribusi terhadap 60% dari total Produk Domestik Bruto (PDB) dan menyerap 97% dari total tenaga kerja nasional. Selain itu, UMKM memiliki peran penting bagi kehidupan Masyarakat, yaitu sebagai tempat pengembangan potensi berusaha dan menyediakan lapangan pekerjaan. Dengan adanya UMKM, diharapkan untuk berperan secara optimal dalam Upaya menanggulangi penganggutan yang jumlahnya cenderung meningkat di setiap tahunnya. Hal ini juga dapat berpengaruh terhadap perkembangan ekonomi di Tingkat Masyarakat.

Dengan peluang tersebut, tentunya UMKM menjadi salah satu kekuatan ekonomi terbesar (Febriyanto & Arisandi, 2018). Salah satu strategi untuk mengembangkan potensi UMKM dan meningkatkan geliat perekonomian yaitu dengan *digital marketing* (Djamaluddin et al., 2016). Strategi *digital marketing* menjadi alat bagi para pelaku usaha untuk dapat meningkatkan penjualan dan keberlanjutan bisnis. Terlebih di era saat ini, trend *digital marketing* banyak digunakan oleh para pelaku usaha kecil dan mikro (Irfani et al., 2020). Selain itu, *digital marketing* juga dapat mempengaruhi

Keputusan pembelian bagi para calon konsumen (Oktaviani & Rustandi, 2018; Harto et al., 2021). Seperti yang diketahui, penggunaan berbagai *platform* media social dan pemanfaatan teknologi menjadi salah satu *lifestyle* tersendiri yang berdampak pada setiap lini kehidupan Masyarakat (Gunawan, 2020). Sehingga *digital marketing* menjadi salah satu strategi yang paling pas untuk digunakan bagi para pelaku usaha di era saat ini.

Guna memenuhi kebutuhan masyarakat akan hal tersebut, penulis dan tim melakukan pengabdian kepada masyarakat terkait pemanfaatan *digital marketing* dan pendampingan administrasi. Di mana program pengabdian ini diharapkan menjadi solusi bagi para pelaku usaha untuk meningkatkan produktivitas dan penjualan, serta meminimalisir akan timbulnya risiko bisnis. Dengan program prngabdian ini, para pelaku usaha dibekali dengan berbagai kemampuan seperti memulai berbisnis, membuka took *online* di berbagai *marketplace* yang banyak tersedia. Berdasarkan pengamatan yang dilakukan oleh tim pengabdian kepada masyarakat, dapat diketahui bahwa masih banyak para pelaku UMKM yang belum secara optimal memanfaatkan teknologi dan digitalisasi secara optimal untuk meningkatkan daya saing mereka. Salah satunya yaitu di Desa Ngusikan, Kecamatan Ngusikan, Kabupaten Jombang.

Berdasarkan survei awal, terdapat beberapa permasalahan yang telah berhasil diidentifikasi. Permasalahan tersebut tentunya dapat menghambat terhadap keberlanjutan UMKM di Desa Ngusikan. Beberapa permasalahan tersebut, di antaranya yaitu; 1) UMKM di Desa Ngusikan belum memanfaatkan pemasaran digital secara maksimal, yang membatasi jangkauan pasar mereka. 2) Banyak pelaku UMKM yang belum memiliki Nomor Induk Berusaha (NIB) dan sertifikasi halal, yang merupakan elemen penting untuk legalitas dan daya saing di pasar. 3) Pemasaran UMKM masih terbatas pada pasar lokal dan belum merambah ke pasar yang lebih luas, menghambat potensi peningkatan omzet. Pemanfaatan teknologi digital dan media sosial untuk memperluas pasar masih belum optimal. Sebagian besar UMKM belum menggunakan WhatsApp Business secara efektif, *e-commerce* dan *branding digital* belum konsisten. 4) Beberapa UMKM di Desa Ngusikan belum memiliki nama merek, logo, atau identitas usaha yang jelas, seperti peta lokasi di *Google Maps*, *plamflet banner* yang penting untuk meningkatkan visibilitas usaha mereka.

Program pengabdian masyarakat ini bertujuan untuk meningkatkan kemampuan UMKM dalam memanfaatkan media sosial dan platform digital untuk pemasaran, membantu pelaku UMKM melengkapi administrasi usaha, seperti pembuatan NIB dan pengurusan sertifikasi halal, serta menganalisis dampak penerapan digital marketing terhadap peningkatan omzet penjualan. Melalui program ini, diharapkan UMKM di Desa Ngusikan dapat lebih mandiri dalam mengembangkan usaha mereka dan mampu bersaing di pasar yang lebih luas dengan memanfaatkan teknologi digital.

METODE

Khalayak Sasaran

Program Pengabdian kepada Masyarakat (PKM) ini ditujukan untuk membantu meningkatkan kemandirian ekonomi masyarakat, khususnya para pelaku Usaha Mikro Kecil dan Menengah (UMKM) di Desa Ngusikan, Kabupaten Jombang. Sasaran utama program adalah pelaku UMKM yang memiliki potensi untuk meningkatkan daya saing bisnis melalui strategi pemasaran digital yang efektif dan efisien. Pemilihan mitra UMKM didasarkan pada hasil survei awal yang dilakukan oleh tim pengabdian untuk mengidentifikasi jenis usaha yang berpotensi dikembangkan melalui pemasaran berbasis teknologi digital. Survei awal dilakukan dengan mengunjungi beberapa dusun di Desa Ngusikan untuk mendata UMKM dan mengidentifikasi kebutuhan mereka dalam hal pemasaran. Edukasi mengenai pemanfaatan teknologi digital menjadi bagian utama dalam pendekatan program ini, terutama dalam meningkatkan keterampilan pelaku UMKM untuk menggunakan media sosial sebagai sarana pemasaran (Hayatie et al., 2021).

Dalam pelaksanaannya, mitra UMKM akan mendapatkan pendampingan intensif terkait pemasaran produk melalui berbagai platform media sosial, seperti Facebook, Instagram, dan WhatsApp. Pendampingan ini bertujuan untuk meningkatkan pemahaman dan keterampilan UMKM dalam memanfaatkan teknologi digital, dengan harapan bahwa pelaku usaha dapat meningkatkan penjualan produk dan memperluas pasar mereka, baik di tingkat lokal maupun global. Studi terdahulu menunjukkan bahwa pemanfaatan media sosial sebagai strategi pemasaran terbukti efektif dalam meningkatkan penjualan produk UMKM dan memperkuat daya saing mereka di pasar yang semakin kompetitif (Fadhilah et al., 2023).

Program ini dirancang untuk membantu UMKM dalam memaksimalkan penggunaan media sosial sebagai alat pemasaran yang lebih efektif, efisien, dan terjangkau. Dengan demikian, para pelaku UMKM tidak hanya mampu memperluas jaringan pasar tetapi juga dapat memperkuat kemandirian ekonomi

mereka. Keberhasilan program ini diharapkan dapat mendukung pengembangan ekonomi lokal di Desa Ngusikan dan meningkatkan taraf hidup masyarakat melalui peningkatan produktivitas UMKM.

Program pengabdian ini menggunakan metode gabungan antara sosialisasi, pelatihan, dan pendampingan langsung di lapangan. Tahapan-tahapan pelaksanaannya adalah sebagai berikut: Survei Awal dan Analisis Kebutuhan dilakukan terhadap 20 UMKM di Desa Ngusikan untuk mengetahui tingkat pemahaman mereka mengenai digital marketing dan status administrasi usaha. Survei ini juga mengidentifikasi potensi kendala dan kebutuhan spesifik masing-masing UMKM. Sosialisasi dan Pelatihan dilaksanakan di Balai Desa Ngusikan pada 20 Agustus 2024, dengan materi yang meliputi pentingnya digital marketing, cara optimalisasi media sosial (WhatsApp Business, Instagram, Facebook), serta langkah-langkah dalam melengkapi administrasi usaha. Sosialisasi ini diikuti oleh 30 pelaku UMKM dari berbagai sektor usaha seperti katering, produksi makanan, konveksi, dan kerajinan tangan. Pendampingan Penerapan Digital Marketing, tim pengabdian memberikan pendampingan langsung kepada UMKM dalam pembuatan logo, pengaturan akun bisnis di media sosial, serta pembuatan Google Maps untuk meningkatkan visibilitas usaha. UMKM juga didampingi dalam pembuatan konten promosi yang menarik untuk dipublikasikan di media sosial. Pendampingan Administrasi Usaha dilakukan dalam pengurusan NIB dan sertifikasi halal melalui kerja sama dengan KUA Kecamatan Ngusikan. UMKM juga diberikan informasi mengenai pentingnya legalitas usaha untuk meningkatkan kredibilitas dan akses pasar. Monitoring dan Evaluasi, setelah program selesai, dilakukan monitoring berkala untuk menilai dampak dari penerapan digital marketing terhadap peningkatan omset penjualan dan efektivitas administrasi usaha. Selain itu, program ini juga mendorong pembentukan jejaring antar-UMKM di Desa Ngusikan sebagai sarana berbagi pengalaman dan solusi dalam menghadapi tantangan bisnis. Dukungan dari pemerintah desa dan komunitas lokal sangat penting dalam memastikan keberlanjutan program, terutama dalam hal penguatan kapasitas UMKM dan penyediaan akses terhadap peluang pasar yang lebih luas. Melalui kerjasama yang baik antara pemerintah desa, pelaku UMKM, dan komunitas lokal, keberhasilan program ini dapat terus ditingkatkan dan memberikan dampak positif yang berkelanjutan bagi perekonomian desa.

HASIL DAN PEMBAHASAN

Hasil yang Dicapai

Kegiatan pengabdian kepada masyarakat yang dilaksanakan di Desa Ngusikan bertujuan untuk meningkatkan pengetahuan dan keterampilan para pelaku UMKM dalam penerapan digital marketing dan pemenuhan administrasi usaha. Berdasarkan hasil evaluasi yang dilakukan secara berkala, kegiatan ini menunjukkan dampak yang signifikan. Evaluasi dimulai dengan pretest untuk mengukur pemahaman awal peserta. Setelah sosialisasi dan pendampingan, evaluasi pascakegiatan menunjukkan adanya peningkatan pengetahuan dan keterampilan peserta yang signifikan.

Pada awal kegiatan, hanya 30% peserta yang memahami konsep digital marketing dan administrasi usaha secara menyeluruh. Namun, setelah pelatihan dan pendampingan, angka ini meningkat menjadi 71%. Hal ini menunjukkan bahwa pendekatan yang dilakukan dalam bentuk sosialisasi, pelatihan, dan pendampingan teknis berhasil memberikan pemahaman yang lebih baik kepada peserta.

Selain itu, indikator keberhasilan yang lain adalah jumlah UMKM yang mulai menerapkan digital marketing dan melengkapi administrasi usaha, seperti pembuatan NIB (Nomor Induk Berusaha), logo, Google Maps, serta sertifikasi halal yang difasilitasi oleh sinergi dengan KUA Kecamatan Ngusikan. Sebanyak 40% pelaku UMKM telah melengkapi administrasi dan mulai memanfaatkan platform digital untuk pemasaran produk mereka, angka ini meningkat menjadi 60% pasca program.

Hasil Pendampingan:

Dari 20 UMKM yang didampingi, 12 UMKM berhasil mendapatkan NIB, dan 5 UMKM yang bergerak di bidang makanan berhasil mendapatkan sertifikasi halal. Proses ini dilakukan dengan pendampingan langsung dari tim pengabdian dan kerja sama dengan KUA setempat.

Dampak Ekonomi dan Sosial

Secara ekonomi, program ini memberikan dampak positif pada peningkatan omset UMKM di Desa Ngusikan. Sebelum program dilaksanakan, sebagian besar UMKM tidak memiliki administrasi lengkap dan belum optimal dalam pemasaran digital. Pasca program, banyak UMKM melaporkan peningkatan omset penjualan akibat pemanfaatan strategi digital marketing seperti pengoptimalan media sosial dan e-commerce. Beberapa UMKM juga melaporkan berhasil mendapatkan pasar baru di luar wilayah lokal melalui platform online.



Gambar 1. Pendampingan Terhadap UMKM

Dampak sosial dari program ini juga tidak kalah signifikan. Program ini berhasil meningkatkan literasi digital di kalangan masyarakat desa, terutama para pelaku UMKM. Mereka yang sebelumnya tidak familiar dengan teknologi digital kini lebih percaya diri dalam menggunakan media sosial dan alat pemasaran digital lainnya. Selain itu, program ini mendorong semangat wirausaha di desa, dimana beberapa peserta terinspirasi untuk memulai usaha baru setelah mendapatkan pengetahuan tentang potensi digital marketing.

Tantangan dan Kendala

Meskipun program ini memberikan dampak positif, terdapat beberapa tantangan yang dihadapi. Salah satu tantangan utama adalah kurangnya sumber daya manusia (SDM) yang mumpuni dalam hal teknologi digital. Beberapa peserta, meskipun mendapatkan pengetahuan baru, masih merasa kesulitan dalam mengimplementasikan digital marketing secara mandiri. Selain itu, beberapa UMKM masih kurang tertarik dalam penggunaan *platform e-commerce*, sehingga pencapaian target implementasi digital marketing belum maksimal.

Pembahasan

Program pengabdian ini menggunakan pendekatan komprehensif yang meliputi pendataan, sosialisasi, pelatihan, dan pendampingan. Melalui tahapan ini, program berhasil memberikan pemahaman yang lebih mendalam kepada pelaku UMKM mengenai pentingnya administrasi dan pemasaran digital. Keberhasilan ini tercermin dari peningkatan pemahaman peserta yang mencapai lebih dari 70%, serta dampak langsung pada peningkatan omset dan daya saing UMKM di pasar lokal maupun online.

Namun, agar dampak program dapat lebih berkelanjutan, perlu adanya upaya lanjutan dalam memperkuat literasi digital masyarakat dan mengembangkan SDM yang mampu mendukung penerapan teknologi digital di UMKM secara lebih efektif. Pendampingan secara terus-menerus dan pelatihan lanjutan dapat menjadi solusi untuk mengatasi tantangan ini.

Secara keseluruhan, program ini telah berhasil mencapai tujuannya, yaitu meningkatkan kapasitas pelaku UMKM dalam menghadapi tantangan pasar modern melalui digital marketing dan administrasi usaha yang lebih baik. Dampak positif yang dirasakan oleh para pelaku UMKM juga dapat menjadi inspirasi bagi implementasi program serupa di desa-desa lain yang memiliki potensi ekonomi serupa.

SIMPULAN

Kegiatan pengabdian masyarakat yang dilakukan pada UMKM di Desa Ngusikan oleh LPPM Unwaha telah berhasil memberikan dampak positif yang signifikan. Melalui pendekatan yang terstruktur, kegiatan ini fokus pada peningkatan omset penjualan melalui digital marketing dan pemenuhan administrasi. Pendataan UMKM, sosialisasi, serta pendampingan penerapan digital marketing dan administrasi menjadi kunci utama dalam keberhasilan program ini. UMKM yang terlibat mengalami peningkatan pengetahuan dan keterampilan dalam memanfaatkan pemasaran digital, serta berhasil melengkapi persyaratan administrasi seperti pembuatan NIB dan sertifikasi halal.

Evaluasi yang dilakukan menunjukkan bahwa program ini tidak hanya meningkatkan kesejahteraan ekonomi UMKM, tetapi juga memperkuat jaringan sosial dan kualitas hidup masyarakat setempat. Program ini juga berhasil menciptakan solusi yang inovatif dan berkelanjutan bagi pelaku UMKM, membantu mereka beradaptasi dengan tuntutan pasar digital yang semakin berkembang.

Keberlanjutan dan pengembangan program di masa depan akan sangat bermanfaat, terutama dengan fokus pada monitoring intensif, pendampingan berkala, dan peningkatan pemahaman tentang

pentingnya penjualan digital. Dengan saran-saran tersebut, diharapkan program pengabdian ini dapat terus memberikan dampak positif yang lebih luas dan berkelanjutan bagi UMKM di Desa Ngusikan.

DAFTAR RUJUKAN

- Basuki, I., & Hariyanto. (2015). *Asesmen Pembelajaran*. Bandung: Remaja Rosdakarya.
- Djamaludin, D., Aviasti, A., & Rukmana, O. (2016). Peningkatan Kemampuan Usaha Kecil Menengah Di Wilayah Bandung Raya Dalam Pemanfaatan Internet Sebagai Sarana Pemasaran Dan Perluasan Jangkauan Pasar. *ETHOS (Jurnal Penelitian Dan Pengabdian)*, 5, 125. <https://doi.org/10.29313/ethos.v0i0.1682>
- Febriyantoro, M. T., & Arisandi, D. (2018). Pemanfaatan Digital marketing Bagi Usaha Mikro, Kecil Dan Menengah Pada Era Masyarakat Ekonomi Asean. *JMD: Jurnal Riset Manajemen & Bisnis Dewantara*, 1(2), 61–76. <https://doi.org/10.26533/jmd.v1i2.175>
- Gunawan, A. (2020). Pelatihan Digital entrepreneurship untuk Mewujudkan Generasi Milenial Berjiwa Wirausaha. *Abdimas Dewantara*, 3(1), 38–45. <https://doi.org/10.30738/ad.v3i1.431>
- Harto, B., Rozak, A., & Rukmana, A. Y. (2021). *Strategi Marketing Belah Doeren Melalui Digital marketing Terhadap Keputusan Pembelian Dimediasi Brand Image*. 7(1), 67–74.
- Irfani, H., Yeni, F., & Wahyuni, R. (2020). Pemanfaatan Digital marketing Sebagai Strategi Pemasaran Pada Ukm Dalam Menghadapi Era Industri 4.0. *JCES (Journal of Character Education Society)*, 3(3), 651–659.
- Kotler, P., & Armstrong, G. (2018). *Principles of Marketing*. Pearson.
- Li, C., & Ma, X. (2017). Deep Speaker: an End-to-End Neural Speaker Embedding System. *IEEE Conference*.
- Oktaviani, F., & Rustandi, D. (2018). Implementasi *Digital marketing* dalam Membangun Brand Awareness. *PROfesi Humas : Jurnal Ilmiah Ilmu Hubungan Masyarakat*, 3(1), 1. <https://doi.org/10.24198/prh.v3i1.15878>
- Siregar, N. A., Lista, L. N., & Samosir, F. D. (2023). Dampak Penggunaan Digital Marketing dalam Meningkatkan Penjualan Makanan pada UMKM di Laut Dendang. *Jurnal Manajemen & Ekonomi Bisnis*, 3(1), 123–129.