https://e-journal.citakonsultindo.or.id/index.php/CITAKARYA

E ISSN : 2986-5603

Jurnal Pengabdian Masyarakat

TRANSFORMASI DIGITAL UMKM MELALUI STRATEGI PEMASARAN DAN KEUANGAN DALAM UPAYA PEMBERDAYAKAN UMKM DESA SELOREJO MAGETAN

Ririh Anggraini Setyahety[1], Dian Citaningtyas Ari Kadi[2], Arifiansyah Saputra[3], Lukesi[4], Maha Suryani Indriastuti[5], Salsa Billa Fauzia[6], Purwo Aji Saputro[7]

[1,2,3,4,5,6,7]Fakultas Ekonomi dan Bisnis, Universitas PGRI Madiun

Email: ririh@unipma.ac.id

ABSTRAK

Desa Selorejo, Kecamatan Kawedanan, Kabupaten Magetan, memiliki potensi besar di sektor UMKM dengan produk unggulan seperti keripik pisang, rengginang, lempeng, dan keripik tempe. Namun, pemasaran tradisional masih menjadi kendala utama dalam meningkatkan jangkauan pasar. Program pengabdian masyarakat ini bertujuan untuk membantu UMKM Desa Selorejo dalam branding dan digitalisasi pemasaran. Kegiatan meliputi pendaftaran lokasi usaha di Google Maps, pengurusan Nomor Induk Berusaha (NIB), serta pembuatan media promosi seperti logo, banner, stiker label, dan akun media sosial Facebook. Hasil dari program ini menunjukkan peningkatan visibilitas produk secara offline dan online, keterlibatan pelanggan, dan kemudahan operasional UMKM dalam memasarkan produk.

Kata kunci: *Branding, Digitalisasi, Pemasaran digital, UMKM.*

LATAR BELAKANG

Usaha Mikro Kecil dan Menengah (UMKM) merupakan salah satu prioritas pengembangan di setiap Negara. Hal ini disebabkan oleh kontribusi signifikan UMKM terhadap pertumbuhan ekonomi dan kesejahteraan sosial. UMKM tidak hanya berperan dalam meningkatkan pertumbuhan ekonomi nasional, tetapi juga dalam menyerap tenaga kerja di sektor informal dan meratakan pendapatan masyarakat, terutama di daerah-daerah. Oleh karena itu, pemerintah pusat dan daerah telah merumuskan serta mengimplementasikan berbagai kebijakan dan program untuk mendukung pemberdayaan UMKM dan memastikan pertumbuhannya yang berkelanjutan. Kebijakan-kebijakan ini bertujuan untuk menciptakan iklim usaha yang kondusif bagi UMKM agar dapat berkembang dengan baik (Lubis & Salsabila, 2024).

Pemerintah pusat dan daerah berkomitmen untuk mendukung pengembangan UMKM melalui kebijakan dan program yang menciptakan iklim usaha yang kondusif (Anggraeni et al., 2021). Upaya ini bertujuan untuk meningkatkan daya saing UMKM, yang tidak hanya berkontribusi pada pertumbuhan ekonomi nasional tetapi juga dalam menciptakan lapangan kerja dan meratakan pendapatan masyarakat. Dengan demikian, pemberdayaan UMKM menjadi prioritas penting dalam pembangunan ekonomi daerah (TNP2K, 2020)

Di Desa Selorejo, Kecamatan Kawedanan, Kabupaten Magetan, memiliki berbagai UMKM yang berpotensi untuk berkembang, seperti rengginang, ampyang, keripik pisang, dan keripik tempe. Produk-produk ini telah menjadi bagian dari identitas desa dan memiliki kualitas yang bersaing (Simangunsong, n.d.).

Copyright to the author of some rights reserved This work is licensed under aCreative Commons Attribution-ShareAlike 4.0 International License.

https://e-journal.citakonsultindo.or.id/index.php/CITAKARYA
E ISSN : 2986-5603
Jurnal Pengabdian Masyarakat

Namun, pemasaran yang masih dilakukan secara tradisional, seperti melalui warung kecil atau pesanan acara, menjadi tantangan dalam memperluas jangkauan pasar. Selain itu, kurangnya adopsi teknologi digital membuat UMKM Desa Selorejo sulit bersaing dengan produk sejenis di pasar yang lebih luas.

Sebagai bagian dari pelaksanaan program Kuliah Kerja Nyata (KKN), mahasiswa KKN -T Kelompok 16 melaksanakan pengabdian masyarakat dengan judul "Transformasi Digital UMKM Melalui Strategi Pemasaran dan Keuangan Dalam Upaya Pemberdayakan UMKM Desa Selorejo" Program ini bertujuan untuk membantu UMKM Desa Selorejo dalam memanfaatkan teknologi digital untuk meningkatkan pemasaran dan branding produk.

Kegiatan yang dilakukan membuat lokasi usaha di Google Maps, serta pelatihan pembuatan logo, banner, dan label. Selain itu, mahasiswa juga memberikan pelatihan tentang penyusunan keuanganan sederhana mengunggunakan aplikasi buku warung. UMKM di Desa Selorejo diharapkan mampu memperluas pasar, meningkatkan penjualan, dan memperkuat identitas produk mereka, sehingga dapat bersaing di pasar yang semakin modern dan kompetitif.

Tabel 1. Uraian Kegiatan Program Kerja

No	Judul Program	Macam Kegiatan Berdasarkan Program	Tujuan	Luaran	Tanggal Pelaksanaan
1	Pengorganisasian Kelompok	• Membentuk tim pendampingan yang terdiri dari ahli pemasaran, keuangan, pelaku UMKM, dan akademisi untuk memastikan pendekatan yang relevan dengan kebutuhan UMKM.	• Memastikan adanya tim pendampingan dengan kompetensi yang memadai untuk memberikan solusi yang sesuai kebutuhan UMKM	Profil UMKM yang lengkap mencakup tantangan, peluang, dan kebutuhan pemasaran yang dapat dijadikan acuan dalam program kerja.	26-28 Desember 2024

Copyright to the author of some rights reserved This work is licensed under aCreative Commons Attribution-ShareAlike 4.0 International License.

E ISSN : 2986-5603

Jurnal Pengabdian Masyarakat

		• Melakukan survei lapangan untuk memahami kondisi terkini Di Desa Selorejo, termasuk tantangan pemasaran dan potensi pengembangan strategi berbasis teknologi digital.	• Mengidentifikasi tantangan utama, seperti kendala pemasaran konvensional, kurangnya keterlibatan konsumen, dan kebutuhan akan peningkatan branding, guna merumuskan strategi digital yang lebih efektif untuk memperluas jangkauan pasar.		
2	Pelatihan Digital	• Mengadakan Workshop Digitalisasi UMKM untuk memberikan pengetahuan dasar mengenai pemasaran digital dan pentingnya peran teknologi dalam memperluas pasar UMKM.	• Meningkatkan pemahaman pemilik UMKM tentang pemasaran digital, termasuk cara memanfaatkan media sosial untuk menjangkau pelanggan baru.	Akun media sosial aktif, katalog digital produk, dan lokasi usaha yang terdaftar di Google Maps untuk meningkatkan kehadiran online.	16 Januari 2025

Copyright to the author of some rights reserved This work is licensed under aCreative Commons Attribution-ShareAlike 4.0 International License.

E ISSN : 2986-5603

Jurnal Pengabdian Masyarakat

		• Membantu pembuatan akun media sosial (Facebook) yang menarik dan mudah diakses oleh calon pelanggan. • Membantu pembuatan akun & pelatihan pembukuan/ keuangan menggunakan aplikasi Buku waarung. • Membantu Publikasi di (Kompasiana) • Mendaftarkan lokasi bisnis di Google Maps untuk mempermudah pelanggan menemukan produk secara online maupun offline.	• Membantu UMKM Desa Selorejo memiliki kehadiran digital yang lebih kuat dan profesional melalui akun media sosial yang menarik dan informatif. • Mempermudah akses pelanggan ke lokasi usaha melalui Google Maps untuk meningkatkan visibilitas produk.		
3	Pendampingan Branding	• Memberikan panduan untuk pembuatan logo,banner,dan label • Membantu menyusun strategi pemasaran online yang fokus pada	•Meningkatkan daya tarik produk UMKM Di Desa Selorejo melalui konten visual yang menarik sehingga dapat meningkatkan	Foto produk untuk di upload di media sosial yang lebih terstruktur dan menarik, serta strategi pemasaran digital yang mendukung peningkatan	17 Desember 2025

Copyright to the author of some rights reserved This work is licensed under aCreative Commons Attribution-ShareAlike 4.0 International License.

E ISSN : 2986-5603

Jurnal Pengabdian Masyarakat

		keunikan produk, seperti kelebihan rasa atau bahan, agar mampu bersaing dengan produk serupa.	jumlah pengikut, interaksi, dan loyalitas pelanggan di media sosial. • Membantu menciptakan citra merek yang lebih kuat sehingga pelanggan mudah mengenali keunikan produk dan termotivasi untuk membeli.	penjualan.	

Data penulis, 2025

METODE

Mahasiswa KKN-T Kelompok 16 telah melakukan survei lokasi dan analisis permasalahan yang ada pada UMKM di Desa Selorejo, yaitu rengginang, ampyang, keripik pisang, dan keripik tempe. Permasalahan utama yang dihadapi UMKM ini berkaitan dengan pengenalan lokasi usaha dan pemasaran produk. Permasalahan tersebut dapat dipaparkan pada tabel berikut:

Tabel 2 Permasalahan di Desa Selorejo

No	Lokasi	Permasalahan	Solusi yang diterapkan
1.	Desa selorejo kecamatan Magetan	Lokasi usaha sulit ditemukan	Pendaftaran lokasi di Google Maps
2.		Tidak memiliki identitas usaha	Pembuatan logo, banner, dan, label
3.		Belum memanfaatkan teknologi digital	Pelatihan digital pembukuan/ keuangan menggunakan aplikasi buku warung
4.		Belum memiliki legalitas	Pengurusan Nomer Induk Berusaha (NIB)

Copyright to the author of some rights reserved This work is licensed under aCreative Commons Attribution-ShareAlike 4.0 International License.

E ISSN : 2986-5603

Jurnal Pengabdian Masyarakat

HASIL DAN PEMBAHASAN

Pelaksanaan pengabdian masyarakat ini melibatkan beberapa mitra UMKM yang menghadadapi beberapa kesulitan, terutama pada UMKM Desa Selorejo, pengelolaan media promosi yang dinilai masih belum efektif belum ada logo dan label. Salah satu kegiatan dalam pengabdian ini adalah melakukan pendampingan untuk memperluas jangkauan pasar dan meningkatkan penjualan.

1. Pendaftaran Google Maps dan NIB
   Lokasi usaha UMKM kini dapat ditemukan dengan mudah melalui Google Maps, memudahkan pelanggan lokal dan luar daerah untuk menemukan produk. NIB yang diperoleh memberikan legalitas usaha dan meningkatkan kepercayaan pelanggan.
2. Pembuatan Media Promosi
   Logo, banner, dan stiker label dirancang untuk memperkuat identitas merek setiap UMKM. Desain yang menarik meningkatkan daya tarik visual produk di mata konsumen.
3. Digitalisasi Pemasaran Melalui Facebook
   Mahasiswa membantu membuat akun Facebook dan mengajarkan cara membuat konten promosi, seperti foto produk yang menarik, deskripsi produk, dan cara berinteraksi dengan pelanggan.
4. Pemanfaatan aplikasi keuangan
   Membantu pelaku UMKM sekaligus memberikan pendampingan dalam membuat pembukuan sederhana melalui aplikasi pembukuan keuangan Buku Warung.
5. Peningkatan Visibilitas dan Penjualan
   Dengan memanfaatkan media sosial dan Google Maps, UMKM Desa Selorejo berhasil menjangkau lebih banyak pelanggan dan meningkatkan penjualan.

Setelah melakukan analisis permasalahan dan membuat program kerja kegiatan pengabdian masyarakat di UMKM Desa Selorejo, mahasiswa KKN-T mengimplementasikan pada beberapa kegiatan pada tabel berikut :

Tabel 3. Implementasi Program

Program Kerja	Kegiatan	Tanggal Pelakanaan	Luaran
Organisasi Kelompok	Melaksanakan kegiatan pembentukan tim kerja yang melibatkan anggota dengan keahlian terkait, diikuti dengan penyelenggaraan pertemuan awal untuk mendalami pemahaman terhadap kondisi terkini, tantangan, dan kebutuhan spesifik yang dihadapi oleh UMKM Desa Selorejo dalam rangka mendukung tujuan pengembangan usaha mereka.	26-28 Desember 2024	Publikasi media online (Instagram) dan publikasi media berita (Kompasiana)

Copyright to the author of some rights reserved This work is licensed under aCreative Commons Attribution-ShareAlike 4.0 International License.

E ISSN : 2986-5603

Jurnal Pengabdian Masyarakat

Pembuatan Katalog dan Daftar Menu	Menyediakan katalog dan daftar menu agar memudahkan Perusahaan mempromosikan produk, menyediakan detail seperti harga, spesifikasi, dan gambar. Serta, menyajikan informasi tentang produk, termasuk deskripsi dan harga yang dapat membantu pelanggan dalam memilih produk.	19 Desember 2024	Publikasi media online (Instagram) dan publikasi media berita (Kompasiana)
Evaluasi	Meningkatkan visibilitas UMKM seperti rengginang, ampyang, keripik pisang, dan keripik tempe melalui pendaftaran lokasi di Google Maps dan pemanfaatan akun Facebook untuk promosi. Identitas produk diperkuat dengan pembuatan logo, banner, dan stiker label, namun diperlukan pendampingan lanjutan untuk memastikan konsistensi pemasaran digital dan keberlanjutan program.	23 Januari 2025	Publikasi media online (Instagram, Google Maps) dan publikasi media berita (Kompasiana)



Citakarya, Volume 3 Issue 01, 2025

Copyright to the author of some rights reserved This work is licensed under aCreative Commons Attribution-ShareAlike 4.0 International License.

https://e-journal.citakonsultindo.or.id/index.php/CITAKARYA

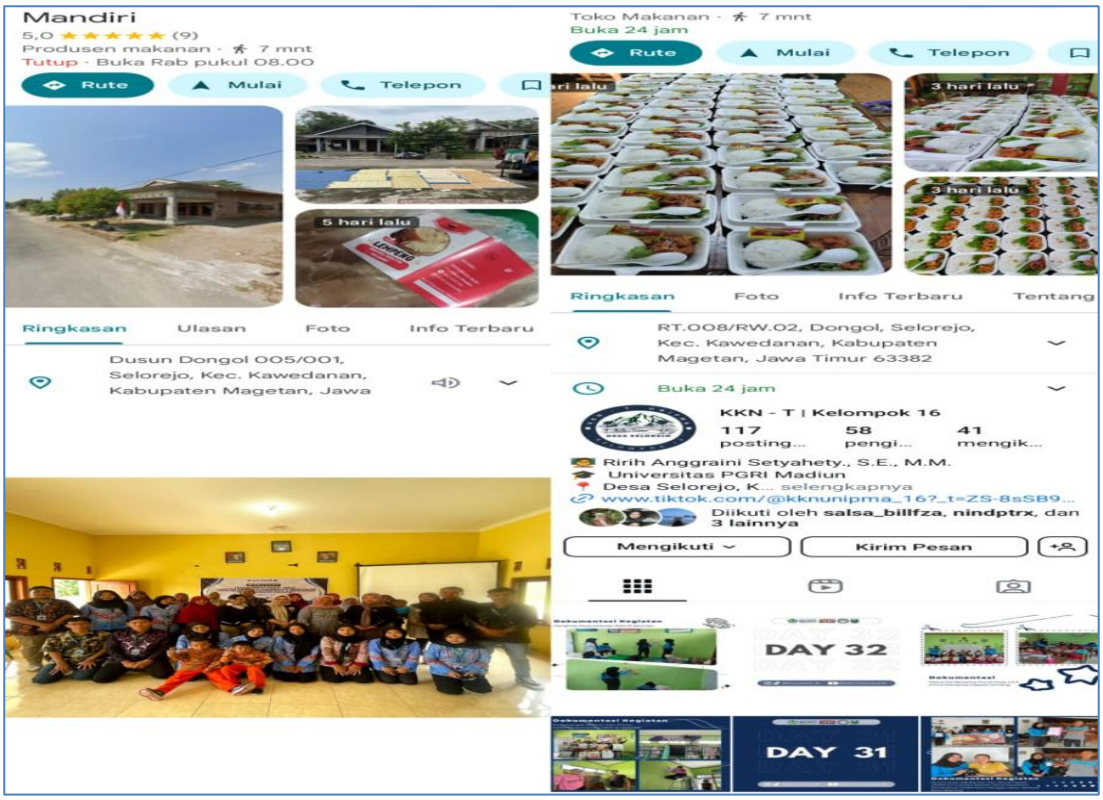
E ISSN : 2986-5603

Jurnal Pengabdian Masyarakat



Data Penulis, 2025

Gambar 1. Implementasi Program 1



Data Penulis, 2025

Gambar2. Implementasi Program 2

Copyright to the author of some rights reserved This work is licensed under aCreative Commons Attribution-ShareAlike 4.0 International License.

E ISSN : 2986-5603

Jurnal Pengabdian Masyarakat



Data Penulis, 2025

Gambar3. Implementasi Program 3



Data Penulis, 2025

Gambar 4. Implementasi Program 4

Citakarya, Volume 3 Issue 01, 2025

Copyright to the author of some rights reserved This work is licensed under aCreative Commons Attribution-ShareAlike 4.0 International License.

E ISSN : 2986-5603

Jurnal Pengabdian Masyarakat

SIMPULAN

Kegiatan pengabdian masyarakat yang dilaksanakan oleh mahasiswa KKN-T PM Kelompok 16 berhasil memberikan solusi konkret terhadap permasalahan pemasaran di UMKM Desa Selorejo, seperti rengginang, ampyang, keripik pisang, dan keripik tempe. Proses ini diawali dengan survei lokasi, identifikasi kebutuhan, dan pelaksanaan workshop digitalisasi UMKM yang bertujuan membekali pelaku usaha dengan keterampilan pemasaran berbasis teknologi. Strategi digital menjadi fokus utama, termasuk pembuatan dan pengelolaan akun media sosial resmi di Facebook serta pendaftaran lokasi usaha di Google Maps untuk meningkatkan visibilitas produk.

Melalui pelatihan pembuatan konten kreatif dan menarik, UMKM Desa Selorejo mampu memperluas jangkauan pasar, meningkatkan brand awareness, serta menjalin interaksi yang lebih dekat dengan pelanggan. Evaluasi di akhir kegiatan menunjukkan hasil yang signifikan, seperti efektivitas promosi yang meningkat, jumlah pelanggan yang bertambah, dan kemampuan pelaku UMKM dalam mengelola pemasaran digital secara mandiri. Dengan pendekatan ini, UMKM di Desa Selorejo siap menghadapi tantangan pasar modern dan memperkuat daya saing mereka.

DAFTAR PUSTAKA

Anggraeni, W. C., Ningtiyas, W. P., Alimah, M., & Malang, U. M. (2021). Kebijakan Pemerintah Dalam Pemberdayaan UMKM Di Masa Pandemi Covid-19 Di Indonesia. *Journal of Government and Politics (JGOP)*, *3*(1), 47–65.

Fahlevie, R., Rapiudinsyah, A., Raffy, M., Alsha, A., Putra, D., Veronika, M., & Alie, J. (2024). Strategi Pemberdayaan Branding Dan Digital Marketing Bagi Umkm Menuju Ekonomi Digital Di Desa Petanang Kecamatan Lembak Provinsi Sumatera Selatan. *Communnity Development Journal*, *5*(4), 7846–7853.

Lubis, Putri Salsabila Indrawan & Salsabila, Rofila (2024). Peran UMKM (Usaha Mikro, Kecil, Dan Menengah) Dalam Meningkatkan Pembangunan Ekonomi Di Indonesia. *MUQADDIMAH: Jurnal Ekonomi, Manajemen, Akuntansi Dan Bisnis*, *2*(2), 91–110. https://doi.org/10.59246/muqaddimah.v2i2.716

Simangunsong, B. Y. P. (n.d.). *Peluang dan Tantangan Usaha Mikro Kecil dan Menengah (UMKM): Systematic Literature Review*. 25–39.

TNP2K. (2020). *Pemetaan Program Pemberdayaan Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah (UMKM) Ringkasan Eksekutif*.

Copyright to the author of some rights reserved This work is licensed under aCreative Commons Attribution-ShareAlike 4.0 International License.