



## **Pendampingan Pemasaran Digital UMKM Desa Gumeng**

### *Digital Marketing Assistance for MSMEs in Gumeng Village*

**Ria Kamilah Agustina<sup>1</sup>, Maskhurin Fajarina<sup>2</sup>, Elisa Nurul Laili<sup>3</sup>, Sayid Ma'rifatulloh<sup>4</sup>,  
Mukminatus Zuhriyah<sup>5</sup>, Pipit Ertika Daristin<sup>6</sup>, Sakhi Herwiana<sup>7</sup>**

Universitas Hasyim Asy'ari<sup>1,2,3,4,5,6,7</sup>

Email Korespondensi: [riaagustina@unhasy.ac.id](mailto:riaagustina@unhasy.ac.id)<sup>✉</sup>

#### **Histori Artikel**

Masuk: 20-12-2026 | Diterima: 26-02-2026 | Diterbitkan: 26-02-2026

#### **Abstrak**

Kegiatan pengabdian ini bertujuan meningkatkan kapasitas pelaku UMKM kripik dan jamu herbal di Desa Gumeng dalam aspek pemasaran digital guna memperkuat daya saing dan keberlanjutan usaha. Permasalahan utama mitra meliputi keterbatasan manajemen usaha, rendahnya literasi digital, pemasaran yang belum optimal, serta skala produksi yang masih terbatas. Metode pelaksanaan dilakukan secara sistematis melalui tahapan identifikasi kebutuhan mitra, pelatihan literasi digital, penyusunan standar operasional produksi, pendampingan manajemen usaha sederhana, serta implementasi strategi pemasaran digital berbasis media sosial dan marketplace. Evaluasi dilakukan melalui observasi, pre-test dan post-test sederhana, serta pemantauan perubahan praktik usaha. Hasil kegiatan menunjukkan peningkatan pemahaman mitra terhadap pemasaran digital, tersusunnya pencatatan keuangan yang lebih tertib, adanya diversifikasi produk, serta meningkatnya visibilitas usaha di platform digital. Pendampingan ini berdampak pada peningkatan kepercayaan diri pelaku usaha dalam memanfaatkan teknologi digital dan memperluas jangkauan pasar. Dengan demikian, pemasaran digital menjadi strategi efektif dalam mendukung penguatan UMKM berbasis potensi desa secara berkelanjutan.

**Kata Kunci:** UMKM; Pemasaran Digital; Pendampingan; Literasi Digital; Pemberdayaan Ekonomi Desa

#### **Abstract**

This community service program aims to enhance the capacity of micro, small, and medium enterprises (MSMEs) producing chips and herbal drinks in Gumeng Village through digital marketing strategies to strengthen business competitiveness and sustainability. The main challenges identified include limited business management practices, low digital literacy, suboptimal marketing strategies, and small-scale production capacity. The implementation method consisted of partner identification, digital literacy training, development of production standard operating procedures, simple financial management assistance, and the application of digital marketing strategies through social media and online marketplaces. Program effectiveness was evaluated through observation, simple pre-test and post-test assessments, and monitoring of changes in business practices. The results indicate improved understanding of digital marketing, more organized financial records, product diversification, and increased business visibility on digital platforms. The assistance program enhanced participants' confidence in utilizing digital technology to expand market reach. Therefore, digital marketing serves as an effective strategy to support sustainable village-based MSME development.

**Keywords:** MSMEs; Digital Marketing; Community Assistance; Digital Literacy; Rural Economic Empowerment

*This is an open access article under the CC BY-SA license*



## **PENDAHULUAN**

Keberadaan UMKM tidak dapat dihapuskan ataupun dihindarkan dari masyarakat bangsa saat ini (Anggraeni et al., 2013). Dalam struktur perekonomian nasional, Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah (UMKM) memiliki posisi strategis sebagai penggerak ekonomi kerakyatan. Menurut Sulistyoko dkk. (2022), keberadaan UMKM memainkan peranan vital dalam perkembangan dan pertumbuhan perekonomian di Indonesia, terutama dalam menciptakan lapangan kerja, meningkatkan pendapatan masyarakat, serta memperkuat ketahanan ekonomi lokal. Bahkan, Anggraeni et al. (2013) menegaskan bahwa program pengembangan UMKM merupakan salah satu instrumen untuk meningkatkan daya beli masyarakat yang pada akhirnya berfungsi sebagai katup pengaman dalam situasi krisis moneter.

Secara konseptual, UMKM tidak hanya berperan sebagai unit usaha ekonomi, tetapi juga sebagai entitas sosial yang berkontribusi pada pemberdayaan masyarakat. Sugiri (2020) menyatakan bahwa UMKM memberikan dampak signifikan dalam pemberdayaan ekonomi masyarakat, membuka kesempatan kerja, serta mendukung program-program pemerintah dalam pengentasan kemiskinan dan pemerataan pembangunan. Dengan demikian, penguatan kapasitas UMKM bukan sekadar agenda ekonomi, tetapi juga bagian dari strategi pembangunan berkelanjutan berbasis komunitas.

Namun demikian, meskipun memiliki kontribusi besar, UMKM masih menghadapi berbagai tantangan struktural dan teknis. Analisis situasi terhadap kondisi UMKM yang bergerak di bidang produksi kripik-kripik dan jamu perlu dilakukan secara komprehensif guna memberikan gambaran menyeluruh tentang kekuatan dan tantangan yang dihadapi. UMKM di sektor ini umumnya memanfaatkan potensi alam yang melimpah, terutama bahan baku dari wilayah pegunungan yang produktif seperti umbi-umbian, rempah, dan tanaman herbal. Potensi tersebut menjadi modal dasar yang kuat dalam pengembangan produk berbasis kearifan lokal.

Akan tetapi, keberadaan UMKM yang umumnya berada di wilayah terpencil atau perbukitan yang jauh dari pusat kota menimbulkan berbagai kendala, terutama dalam aspek pemasaran, distribusi, serta akses terhadap teknologi dan pelatihan kewirausahaan. Keterbatasan akses tersebut berdampak pada rendahnya jangkauan pasar, minimnya inovasi produk, serta lemahnya daya saing. Menurut Sulistyio dkk. (2022), berbagai kebijakan yang telah disusun pemerintah tidak serta-merta membuat pelaku usaha dapat berkembang secara optimal, karena mereka tetap dituntut untuk beradaptasi dan meningkatkan kapasitas usaha secara mandiri. Banyaknya pelaku usaha di Indonesia juga menyebabkan tidak seluruhnya dapat dijangkau oleh program pemerintah, sehingga diperlukan upaya penguatan berbasis pendampingan yang lebih kontekstual dan aplikatif.

Perkembangan jumlah UMKM yang semakin meningkat turut memunculkan persaingan yang semakin kompetitif. Banyaknya bisnis yang bermunculan diiringi dengan ragam produk yang ditawarkan sebagai respons atas peluang dan kebutuhan pasar. Dalam konteks ini, lingkungan bisnis menuntut adanya inovasi dan kreativitas untuk menciptakan keberlanjutan usaha. Pelaku usaha tidak lagi dapat bertahan dengan metode konvensional, melainkan harus mampu mengadopsi perubahan, termasuk dalam strategi pemasaran dan pemanfaatan teknologi digital. Aktivitas pemasaran yang dijalankan dengan kaidah yang tepat menjadi faktor penentu dalam meningkatkan visibilitas produk, memperluas jaringan distribusi, serta membangun loyalitas konsumen.

Mitra sasaran dalam kegiatan pengabdian ini adalah kelompok pelaku UMKM ekonomi produktif di Desa Gumeng yang bergerak dalam produksi kripik tradisional dan jamu cair herbal. Berdasarkan hasil observasi lapangan, ditemukan beberapa permasalahan utama, antara lain: keterbatasan bahan baku dan potensi alam yang belum dikelola secara optimal, proses produksi yang relatif lama, skala produksi yang masih minim, distribusi yang belum maksimal, manajemen usaha yang kurang tertata, teknik pemasaran yang kurang variatif, ketidakseimbangan antara harga jual dan segmentasi konsumen, serta sarana produksi dan penunjang yang belum memadai.

Kondisi tersebut menunjukkan bahwa mitra sasaran memiliki potensi yang cukup besar dari sisi sumber daya alam dan produk berbasis lokal, namun masih menghadapi berbagai kendala pada aspek manajerial, pemasaran, teknologi, dan distribusi. Oleh karena itu, diperlukan intervensi yang terstruktur melalui kegiatan pengabdian berbasis penelitian untuk meningkatkan kapasitas dan daya saing UMKM secara berkelanjutan. Salah satu pendekatan yang relevan adalah pendampingan pemasaran digital sebagai strategi untuk memperluas akses pasar, meningkatkan brand awareness, serta mengoptimalkan pemanfaatan teknologi dalam pengelolaan usaha.

Berdasarkan latar belakang tersebut, tujuan kegiatan pengabdian ini adalah meningkatkan kapasitas pelaku UMKM Desa Gumeng dalam aspek pemasaran digital guna memperkuat daya saing dan keberlanjutan usaha. Kegiatan ini diharapkan memberikan manfaat nyata bagi mitra berupa

peningkatan pengetahuan dan keterampilan pemasaran, perluasan jaringan pasar, serta peningkatan omzet penjualan. Selain itu, kegiatan ini juga diharapkan mendukung penguatan ekonomi lokal dan menjadi model pemberdayaan UMKM berbasis potensi desa yang dapat direplikasi di wilayah lain dengan karakteristik serupa.

## **METODE PELAKSANAAN**

Metode pelaksanaan kegiatan pengabdian ini dirancang secara sistematis dan partisipatif untuk mereduksi permasalahan yang telah diidentifikasi pada mitra UMKM kripik dan jamu di Desa Gumeng, khususnya pada aspek produksi, manajemen usaha, dan pemasaran digital. Pendekatan yang digunakan bersifat aplikatif dengan menekankan pada peningkatan kapasitas (capacity building) serta pendampingan berkelanjutan agar solusi yang diberikan tidak bersifat sementara, melainkan mampu diimplementasikan secara mandiri oleh mitra dalam jangka panjang.

Kegiatan diawali dengan tahap identifikasi dan pemantapan mitra melalui survei awal kepada pelaku UMKM untuk memetakan kebutuhan, tingkat kesiapan, serta kapasitas dasar usaha. Pada tahap ini dilakukan observasi langsung terhadap proses produksi, sistem pencatatan keuangan, serta strategi pemasaran yang telah dijalankan. Selanjutnya ditetapkan mitra inti, yaitu UMKM yang memiliki komitmen dan kesiapan untuk mengikuti seluruh rangkaian pendampingan. Pengelompokan mitra juga dilakukan berdasarkan jenis produk, yakni kripik tradisional dan jamu cair herbal, guna memastikan pendekatan solusi sesuai dengan karakteristik usaha masing-masing.

Tahap berikutnya adalah pelatihan dasar literasi digital dan pemetaan masalah secara partisipatif. Kegiatan ini meliputi pelatihan penggunaan perangkat digital sederhana seperti smartphone, kamera telepon genggam untuk fotografi produk, serta pemanfaatan aplikasi Google Forms dan Google Sheets sebagai alat bantu pencatatan dan pengelolaan data usaha. Diskusi kelompok dilakukan untuk mengidentifikasi permasalahan produksi, manajemen, dan pemasaran secara lebih mendalam. Tujuan tahap ini adalah menyamakan persepsi mengenai persoalan utama yang dihadapi serta menyiapkan mitra agar memiliki keterampilan dasar dalam memanfaatkan teknologi sebagai instrumen pendukung pengembangan usaha.

Selanjutnya dilakukan peningkatan kapasitas produksi dan standarisasi produk melalui pelatihan penyusunan Standar Operasional Prosedur (SOP), seperti SOP produksi kripik singkong dan SOP pembuatan jamu kunyit asam. Pendampingan juga mencakup diversifikasi produk melalui pengembangan varian rasa dan variasi ukuran kemasan untuk meningkatkan daya tarik pasar. Mitra diperkenalkan pada penggunaan alat produksi sederhana yang lebih efisien guna meningkatkan produktivitas tanpa mengabaikan kualitas. Tahap ini bertujuan meningkatkan konsistensi mutu produk serta kapasitas produksi agar UMKM lebih siap memasuki pasar yang lebih luas dan kompetitif.

Pada aspek manajemen usaha, dilaksanakan pelatihan pencatatan arus kas harian dan inventaris bahan baku maupun produk jadi menggunakan template berbasis Excel atau Google Sheets. Peserta diberikan simulasi penetapan harga jual berdasarkan analisis biaya produksi dan target margin keuntungan agar mampu menentukan harga secara rasional dan kompetitif. Selain itu, mitra didampingi dalam menyusun rencana target penjualan jangka pendek selama tiga hingga enam bulan sebagai bentuk perencanaan strategis usaha. Pembentukan pola manajemen usaha sederhana ini diharapkan mendukung keberlanjutan bisnis. Sebagaimana dikemukakan oleh Ristanti (2025), menciptakan bisnis berkelanjutan merupakan tugas utama pengelola usaha, yang memerlukan strategi tepat untuk membangun kepuasan dan loyalitas pelanggan. Dalam konteks pemasaran, strategi yang mengombinasikan metode online dan offline terbukti efektif dalam meningkatkan jangkauan pelanggan (Santoso et al., 2025). Oleh karena itu, integrasi pemasaran digital dan konvensional menjadi bagian penting dalam metode pelaksanaan kegiatan ini.

Subjek dalam kegiatan pengabdian ini adalah kelompok pelaku UMKM ekonomi produktif di Desa Gumeng yang bergerak di bidang produksi kripik tradisional dan jamu herbal. Kegiatan dilaksanakan secara langsung di Desa Gumeng dalam kurun waktu yang telah ditetapkan sesuai dengan jadwal program pengabdian.

Untuk menilai efektivitas program, evaluasi dilakukan melalui pendekatan pre-test dan post-test sederhana terkait literasi digital dan manajemen usaha, observasi perubahan praktik produksi dan pencatatan keuangan, serta monitoring peningkatan aktivitas pemasaran digital mitra. Indikator keberhasilan kegiatan meliputi meningkatnya pemahaman mitra tentang manajemen dan pemasaran digital, tersusunnya SOP produksi, tersedianya pencatatan keuangan yang lebih tertib, bertambahnya variasi produk, serta meningkatnya jangkauan promosi melalui media digital. Dengan indikator tersebut, capaian program dapat diukur secara lebih objektif dan terstruktur.

## **HASIL DAN PEMBAHASAN**

Dalam proses pendampingan pemasaran digital UMKM di Desa Gumeng, beberapa hasil diskusi yang penting dapat diidentifikasi. UMKM di Desa Gumeng memiliki potensi besar untuk meningkatkan penjualan dan mengembangkan usaha mereka melalui pemasaran digital. Menurut Nurlinda (2020), potensi UMKM ke depan dapat dipengaruhi oleh sisi internal dari UMKM dan eksternal (lingkungan). Dengan memanfaatkan pemasaran digital, UMKM dapat meningkatkan visibilitas dan jangkauan pasar mereka secara signifikan. Pemasaran digital juga memungkinkan UMKM untuk berinteraksi langsung dengan pelanggan dan memahami kebutuhan mereka dengan lebih baik. Melalui pemasaran digital, UMKM dapat meningkatkan efektivitas promosi dan penjualan produk mereka. Pemasaran digital juga membantu UMKM untuk meningkatkan branding dan identitas usaha mereka di dunia digital. Dengan strategi pemasaran digital yang tepat, UMKM di Desa Gumeng dapat meningkatkan penjualan dan mengembangkan usaha mereka secara lebih cepat. Menurut Dinar dkk. (2024) strategi pemasaran digital memiliki banyak manfaat, termasuk meningkatkan visibilitas merek, memperluas jangkauan pasar, meningkatkan keterlibatan konsumen, mengoptimalkan pengalaman pengguna, dan mengukur kinerja kampanye dengan lebih akurat. Pemasaran digital juga memungkinkan UMKM untuk memanfaatkan platform digital seperti media sosial dan marketplace online untuk meningkatkan jangkauan pasar. Dalam era digital saat ini, pemasaran digital menjadi salah satu kunci untuk meningkatkan daya saing UMKM di pasar. Dengan demikian, pendampingan pemasaran digital dapat membantu UMKM di Desa Gumeng untuk meningkatkan kinerja usaha mereka dan mencapai tujuan usaha di era digital.

Pendampingan pemasaran digital yang dilakukan telah membantu UMKM dalam memahami dan menggunakan media sosial serta platform digital untuk meningkatkan visibilitas dan jangkauan pasar. Hal ini menunjukkan bahwa dengan bantuan yang tepat, UMKM dapat memanfaatkan teknologi digital untuk meningkatkan kinerja usaha mereka. Dengan memahami cara menggunakan media sosial, UMKM dapat meningkatkan interaksi dengan pelanggan dan membangun komunitas online yang loyal. Penggunaan platform digital juga memungkinkan UMKM untuk meningkatkan efisiensi dalam mengelola pemasaran dan penjualan. Melalui pendampingan pemasaran digital, UMKM dapat mempelajari strategi pemasaran digital yang efektif untuk meningkatkan penjualan. Pendampingan ini juga membantu UMKM untuk memahami bagaimana mengukur keberhasilan pemasaran digital mereka. Dengan demikian, UMKM dapat membuat keputusan yang lebih tepat dalam strategi pemasaran digital mereka. Pendampingan pemasaran digital juga membantu UMKM untuk meningkatkan kemampuan mereka dalam beradaptasi dengan perubahan teknologi digital. Dengan bantuan yang tepat, UMKM dapat memanfaatkan teknologi digital untuk mencapai tujuan usaha mereka dan meningkatkan daya saing di pasar.

Diskusi dengan pelaku UMKM di Desa Gumeng menunjukkan bahwa mereka memiliki minat yang besar untuk meningkatkan kemampuan pemasaran digital mereka. Mereka menyadari bahwa pemasaran digital dapat membantu mereka mencapai target pasar yang lebih luas dan meningkatkan penjualan. Menurut Dinar dkk. (2024) dalam konteks ini, strategi pemasaran digital menjadi kunci penting dalam meningkatkan daya saing perusahaan. Dengan meningkatkan kemampuan pemasaran digital, UMKM di Desa Gumeng dapat memanfaatkan peluang yang ada di pasar digital untuk meningkatkan kinerja usaha mereka. Mereka juga menyadari bahwa pemasaran digital memungkinkan mereka untuk berinteraksi langsung dengan pelanggan dan memahami kebutuhan mereka dengan lebih baik. Melalui pemasaran digital, UMKM dapat meningkatkan efektivitas promosi dan penjualan produk mereka. Pemasaran digital juga membantu UMKM untuk meningkatkan branding dan identitas usaha mereka di dunia digital.

Dengan strategi pemasaran digital yang tepat, UMKM di Desa Gumeng dapat meningkatkan penjualan dan mengembangkan usaha mereka secara lebih cepat. Strategi pemasaran digital yang efektif tidak hanya mencakup penggunaan media sosial atau iklan online, tetapi juga melibatkan pemahaman mendalam tentang perilaku konsumen online, analisis data, dan penggunaan teknologi untuk menciptakan pengalaman yang menarik bagi konsumen (Dinar et al, 2024). Mereka juga melihat bahwa pemasaran digital dapat membantu mereka untuk meningkatkan daya saing di pasar yang semakin kompetitif. Dengan demikian, meningkatkan kemampuan pemasaran digital menjadi salah satu prioritas bagi UMKM di Desa Gumeng untuk mencapai tujuan usaha mereka. Mereka juga menyadari pentingnya pemasaran digital dalam meningkatkan daya saing usaha mereka. Dalam era digital saat ini, pemasaran digital menjadi salah satu kunci untuk meningkatkan visibilitas dan jangkauan pasar bagi UMKM



Gambar 1. Foto situasi pelatihan

Dengan meningkatkan kemampuan pemasaran digital, UMKM di Desa Gumeng dapat memanfaatkan peluang yang ada di pasar digital untuk meningkatkan penjualan dan mengembangkan usaha mereka. Hal ini juga dapat membantu mereka untuk lebih bersaing dengan usaha lain yang lebih besar. Dengan memanfaatkan pemasaran digital, UMKM dapat meningkatkan visibilitas dan jangkauan pasar mereka secara signifikan. Pemasaran digital juga memungkinkan UMKM untuk berinteraksi langsung dengan pelanggan dan memahami kebutuhan mereka dengan lebih baik. Melalui pemasaran digital, UMKM dapat meningkatkan efektivitas promosi dan penjualan produk mereka. Pemasaran digital juga membantu UMKM untuk meningkatkan branding dan identitas usaha mereka di dunia digital. Dengan strategi pemasaran digital yang tepat, UMKM di Desa Gumeng dapat meningkatkan penjualan dan mengembangkan usaha mereka secara lebih cepat.

Mereka juga dapat memanfaatkan platform digital seperti media sosial dan marketplace online untuk meningkatkan jangkauan pasar. Dengan demikian, meningkatkan kemampuan pemasaran digital menjadi salah satu kunci untuk meningkatkan daya saing UMKM di Desa Gumeng di era digital.

Oleh karena itu, pendampingan pemasaran digital yang efektif dapat menjadi salah satu strategi penting bagi UMKM di Desa Gumeng untuk meningkatkan kinerja usaha mereka. Dengan demikian, UMKM dapat memanfaatkan teknologi digital untuk mencapai tujuan usaha mereka dan meningkatkan daya saing di pasar. Pendampingan pemasaran digital membantu UMKM untuk memahami cara menggunakan media sosial dan platform digital secara efektif. Dengan bantuan pendampingan, UMKM dapat meningkatkan kemampuan mereka dalam beradaptasi dengan perubahan teknologi digital. Pendampingan pemasaran digital juga membantu UMKM untuk meningkatkan visibilitas dan jangkauan pasar mereka secara signifikan. Melalui pendampingan, UMKM dapat mempelajari strategi pemasaran digital yang efektif untuk meningkatkan penjualan. Pendampingan pemasaran digital juga membantu UMKM untuk meningkatkan branding dan identitas usaha mereka di dunia digital. Dengan pendampingan yang tepat, UMKM dapat memanfaatkan teknologi digital untuk meningkatkan kinerja usaha mereka dan mencapai tujuan usaha. Dengan demikian, pendampingan pemasaran digital menjadi salah satu kunci untuk meningkatkan daya saing UMKM di Desa Gumeng di era digital. Pendampingan pemasaran digital juga dapat membantu UMKM di Desa Gumeng untuk meningkatkan kesadaran akan pentingnya branding dan identitas usaha di dunia digital. Dengan branding yang kuat, UMKM dapat membedakan diri dari pesaing dan meningkatkan loyalitas pelanggan.



Gambar 2. Foto bersama setelah pelatihan

Selain itu, pendampingan pemasaran digital dapat membantu UMKM untuk memahami bagaimana menganalisis data dan metrik digital untuk meningkatkan strategi pemasaran mereka. Dengan memahami data digital, UMKM dapat membuat keputusan yang lebih tepat dan efektif dalam pemasaran. Pendampingan pemasaran digital membantu UMKM untuk memahami cara menggunakan alat analisis digital untuk mengukur keberhasilan pemasaran mereka. Dengan menganalisis data digital, UMKM dapat mengidentifikasi area yang perlu ditingkatkan dalam strategi pemasaran mereka. Pendampingan pemasaran digital juga membantu UMKM untuk memahami bagaimana menginterpretasikan data digital untuk meningkatkan keputusan pemasaran. Dengan demikian, UMKM dapat meningkatkan efektivitas pemasaran digital mereka dengan menggunakan data yang akurat. Pendampingan pemasaran digital membantu UMKM untuk meningkatkan kemampuan mereka dalam menggunakan data digital untuk meningkatkan strategi pemasaran. Dengan memahami data digital, UMKM dapat meningkatkan target pemasaran mereka dan

meningkatkan penjualan. Dengan demikian, pendampingan pemasaran digital menjadi salah satu kunci untuk meningkatkan kinerja pemasaran UMKM di era digital.

UMKM di Desa Gumeng juga dapat memanfaatkan platform digital seperti marketplace online untuk meningkatkan penjualan dan jangkauan pasar. Dengan memanfaatkan platform digital yang tepat, UMKM dapat meningkatkan visibilitas dan akses ke pasar yang lebih luas. Platform digital seperti marketplace online memungkinkan UMKM untuk menjual produk mereka kepada pelanggan di seluruh wilayah. Dengan memanfaatkan marketplace online, UMKM dapat meningkatkan penjualan dan mengembangkan usaha mereka secara lebih cepat. UMKM di Desa Gumeng dapat memanfaatkan platform digital untuk meningkatkan kehadiran online mereka dan meningkatkan interaksi dengan pelanggan. Dengan demikian, UMKM dapat meningkatkan loyalitas pelanggan dan meningkatkan penjualan. Platform digital juga memungkinkan UMKM untuk meningkatkan efisiensi dalam mengelola penjualan dan pengiriman produk. Dengan memanfaatkan platform digital yang tepat, UMKM dapat meningkatkan daya saing mereka di pasar yang semakin digital. Dengan demikian, memanfaatkan platform digital menjadi salah satu strategi penting bagi UMKM di Desa Gumeng untuk meningkatkan kinerja usaha mereka.



Gambar 3. Foto situasi peserta beserta pemateri

Dalam jangka panjang, pendampingan pemasaran digital dapat membantu UMKM di Desa Gumeng untuk meningkatkan kemampuan mereka dalam beradaptasi dengan perubahan teknologi dan pasar digital. Hal ini akan membantu UMKM untuk tetap relevan dan kompetitif di era digital. Pendampingan pemasaran digital membantu UMKM untuk memahami bagaimana mengikuti perkembangan teknologi digital dan menerapkannya dalam strategi pemasaran mereka. Dengan demikian, UMKM dapat meningkatkan kemampuan mereka dalam beradaptasi dengan perubahan pasar digital yang cepat. Pendampingan pemasaran digital juga membantu UMKM untuk meningkatkan kemampuan mereka dalam menggunakan alat digital untuk meningkatkan efisiensi pemasaran. Dengan beradaptasi dengan perubahan teknologi digital, UMKM dapat meningkatkan daya saing mereka di pasar. Pendampingan pemasaran digital membantu UMKM untuk tetap up-to-date dengan tren digital terbaru dan menerapkannya dalam strategi pemasaran mereka. Dengan demikian, UMKM dapat meningkatkan kemampuan mereka dalam beradaptasi dengan perubahan pasar digital dan meningkatkan kinerja usaha mereka. Dalam era digital yang terus berkembang, pendampingan pemasaran digital menjadi salah satu kunci untuk meningkatkan kemampuan UMKM dalam beradaptasi dan tetap kompetitif.

Dengan demikian, pendampingan pemasaran digital dapat terus ditingkatkan untuk membantu UMKM di Desa Gumeng meningkatkan kemampuan dan daya saing mereka dalam pasar yang semakin digital. Pendampingan pemasaran digital membantu UMKM untuk memahami dan memanfaatkan teknologi digital secara efektif dalam strategi pemasaran mereka. Dengan meningkatkan kemampuan

pemasaran digital, UMKM dapat meningkatkan visibilitas dan umpan balik dari pelanggan. Pendampingan pemasaran digital juga membantu UMKM untuk meningkatkan kemampuan mereka dalam menggunakan alat digital untuk meningkatkan efisiensi pemasaran. Dengan demikian, UMKM dapat meningkatkan kinerja usaha mereka dan mencapai tujuan usaha di era digital. Pendampingan pemasaran digital membantu UMKM untuk tetap up-to-date dengan tren digital terbaru dan menerapkannya dalam strategi pemasaran mereka. Dengan beradaptasi dengan perubahan teknologi digital, UMKM dapat meningkatkan daya saing mereka di pasar. Pendampingan pemasaran digital juga membantu UMKM untuk meningkatkan branding dan identitas usaha mereka di dunia digital. Dengan pendampingan yang tepat, UMKM dapat memanfaatkan teknologi digital untuk meningkatkan kinerja usaha mereka dan mencapai tujuan usaha.

## **PENUTUP**

Pendampingan pemasaran digital dapat membantu UMKM di Desa Gumeng meningkatkan kemampuan dan daya saing mereka dalam pasar yang semakin digital. Dengan pendampingan pemasaran digital, UMKM dapat memanfaatkan teknologi digital untuk meningkatkan visibilitas, jangkauan pasar, dan penjualan. Pendampingan pemasaran digital juga membantu UMKM untuk meningkatkan kemampuan mereka dalam beradaptasi dengan perubahan teknologi dan pasar digital. Melalui pendampingan pemasaran digital, UMKM dapat mempelajari strategi pemasaran digital yang efektif untuk meningkatkan penjualan. Pendampingan pemasaran digital membantu UMKM untuk meningkatkan branding dan identitas usaha mereka di dunia digital. Dengan demikian, UMKM dapat meningkatkan kinerja usaha mereka dan mencapai tujuan usaha di era digital. Pendampingan pemasaran digital menjadi salah satu kunci untuk meningkatkan daya saing UMKM di Desa Gumeng di pasar yang semakin digital.

## **UCAPAN TERIMA KASIH**

Ucapan terima kasih terutama ditujukan kepada LPPM Unhasy selaku pemberi dana pengabdian masyarakat yang berjudul Pendampingan Pemasaran Digital Ukm (Kripik Dan Jamu) Di Desa Gumeng Kec. Gondang Kab. Mojokerto.

## **DAFTAR PUSTAKA**

- Anggraeni Feni Dwi, Imam Hardjanto, Ainul Hayat. 2013. Pengembangan Usaha Mikro, Kecil, Dan Menengah (Ukm) Melalui Fasilitasi Pihak Eksternal Dan Potensi Internal (Studi kasus pada kelompok usaha emping jagung di kelurahan pandanwangi, Kecamatan Blimbing, Kota Malang. <https://administrasipublik.studentjournal.ub.ac.id/index.php/jap/article/view/195>
- Dinar, Irena dkk. 2024. Strategi Pemasaran Digital Yang Efektif Untuk Meningkatkan Daya Saing Perusahaan di Era Digital. Profit: Jurnal Manajemen, Bisnis dan Akuntansi Vol. 3 No. 2 Mei 2024, Hal 166-177 DOI: <https://doi.org/10.58192/profit.v3i2.2092>
- Fajarina, M., Laili, E. N., Indrawan, F., Daristin, P. E., Bahroodin, A., Ansori, S., ... Ameer, A. (2024). PKM BRANDING AND MARKETING PRODUK UMKM DI UNHASY DAN UITM. Prosiding Seminar Nasional Sains, Teknologi, Ekonomi, Pendidikan Dan Keagamaan (SAINSTEKNOPAK), 8, 220–224. Retrieved from <https://ejournal.unhasy.ac.id/index.php/SAINSTEKNOPAK/article/view/8383>
- Nurlinda, Junus Sinuraya. 2020. Potensi UMKM Dalam Menyangga Perekonomian Kerakyatan di Masa Pandemi Covid-19: Prosiding Seminar Akademik Tahunan Ilmu Ekonomi dan Studi Pembangunan 2020 ISBN: 978-602-53460-5-7
- Nur Muflihah, A, F. A. N., Mayasari, A., Sumarsono, Minto, G, S. R. W., & Yulianto, T. (2024). SOSIALISASI DIGITAL MARKETING DAN SOSIAL BRANDING PETANI JAMUR TIRAM JOMBANG. Prosiding Seminar Nasional Sains, Teknologi, Ekonomi, Pendidikan Dan

Keagamaan (SAINSTEKNOPAK), 8, 214–219. Retrieved from <https://ejournal.unhasy.ac.id/index.php/SAINSTEKNOPAK/article/view/7483>

- Ristanti, Agung Sulisty. 2025. Konsistensi Strategi Pemasaran Dalam Mendukung Penciptaan Bisnis Umkm Berkelanjutan. Juremi: Jurnal Riset Ekonomi vol.4 No.4
- Santoso, S., Suwaryo, N., Nurali, N., Gunarso, S., Tugiman, T., Paryadi, A., & Hidayah, S. (2025). Optimalisasi Analisis Penjualan dan Prediksi Permintaan Pada UMKM dengan Business Intelligence di Kelurahan Pematang Sulur. I-Com: Indonesian Community Journal, 5(2), 939–952. <https://doi.org/10.70609/i-com.v5i2.7317>
- Sugiri D. 2020. Menyelamatkan Usaha Mikro, Kecil dan Menengah dari Dampak Pandemi Covid-19. Fokus Bisnis : Media Pengkajian Manajemen dan Akuntansi. 2020;19(1):76–86.
- Sulistyo A, Yudiandri TE, Ernawati H, Adianto A. 2022. Literasi Digital Pelaku UMKM Dalam Upaya Menciptakan Bisnis Berkelanjutan. Jurnal Komunikasi Pemberdayaan APMD. 2022 Desember; Volume 1, No 2:87–103.