Jurnal Pengabdian kepada Masyarakat (JP-Mas) Universitas PGRI Jombang
ISSN: 3026-5991 Volume: 8 Nomor: 2

Upaya Peningkatan Akses Pasar UMKM Desa Mengen Melalui Program Pemasaran Digital

Khuswatun Zianah[1], Salma Novi Safitri[2], Davina Nadhira Nugraha[3], Layya Zulfia[4], Firly Husniyatul 'Adawiyah[5]
[1]Pendidikan Guru Madrasah Ibtidaiyah, Universitas Islam Negeri Sunan Ampel, Surabaya
[2]Pendidikan Bahasa Arab, Universitas Islam Negeri Sunan Ampel, Surabaya
[3]Psikologi, Universitas Islam Negeri Sunan Ampel, Surabaya
[4]Sastra Inggris, Universitas Islam Negeri Sunan Ampel, Surabaya
[5]Akutansi, Universitas Islam Negeri Sunan Ampel, Surabaya
[*]khuswatunzianah@gmail.com

Abstrak

Desa Mengen, Kecamatan Tamanan, Bondowoso memiliki beragam produk unggulan UMKM, namun selama ini pemasaran hanya mengandalkan jangkauan lokal sehingga pertumbuhan usaha terbatas. Kegiatan pengabdian ini bertujuan meningkatkan kemampuan pelaku usaha dalam memanfaatkan teknologi digital untuk memperluas akses pasar. Kegiatan dilaksanakan melalui tahap observasi, pelatihan teori dan praktik, serta pendampingan langsung kepada 30 peserta yang terdiri dari pelaku UMKM, siswa SMK, dan perangkat desa. Hasil kegiatan menunjukkan seluruh peserta mampu membuat konten promosi, mengelola akun media sosial, dan memanfaatkan platform jual beli daring. Kesimpulannya, program pemasaran digital efektif meningkatkan daya saing dan peluang pasar produk lokal Desa Mengen.

Kata kunci: *akses pasar; pemasaran digital; UMKM pedesaan; pengabdian masyarakat; Desa Mengen*

Abstract

Mengen Village, Tamanan Sub-district, Bondowoso Regency has various superior MSME products, but marketing has so far relied only on local reach, limiting business growth. This community service activity aims to improve business actors' ability to use digital technology to expand market access. The activity was carried out through observation, theoretical and practical training, as well as direct mentoring for 30 participants consisting of MSME actors, vocational high school students, and village officials. The results showed that all participants were able to create promotional content, manage social media accounts, and use online trading platforms. In conclusion, the digital marketing program effectively improves the competitiveness and market opportunities of local products in Mengen Village.

Keywords*: digital marketing; market access; rural MSMEs; community service; Mengen Village*

PENDAHULUAN

Pembangunan ekonomi pedesaan merupakan salah satu upaya penting dalam mewujudkan pemerataan kesejahteraan masyarakat. Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah (UMKM) memiliki peran strategis dalam mendukung perekonomian desa melalui

ISSN: 3026-5991 Volume: 8 Nomor: 2

pemanfaatan potensi lokal, penciptaan lapangan kerja, dan peningkatan pendapatan masyarakat. Desa Mengen, Kecamatan Tamanan, Kabupaten Bondowoso, memiliki potensi produk unggulan berupa kerajinan tangan, olahan pangan, dan hasil pertanian. Namun, berdasarkan observasi awal tim KKN UINSA, pemasaran produk UMKM masih terbatas di lingkungan desa dan kecamatan sehingga peluang untuk menjangkau konsumen yang lebih luas belum dimanfaatkan secara optimal.

Perkembangan teknologi digital memberikan peluang bagi UMKM untuk memperluas pasar melalui media sosial dan platform perdagangan daring. Sirodjudin dan Sudarmiatin menjelaskan pentingnya pemanfaatan pemasaran digital dalam mendukung aktivitas pemasaran UMKM di Indonesia (Sirodjudin & Sudarmiatin, 2023). Sejalan dengan hal tersebut, Tatik dan Setiawan menunjukkan relevansi pemasaran media sosial terhadap kinerja UMKM di Indonesia (Tatik & Setiawan, 2024). Pemanfaatan media sosial dapat membantu pelaku usaha memperkenalkan produk, membangun interaksi dengan konsumen, dan meningkatkan visibilitas merek. Meskipun demikian, efektivitas pemasaran digital juga bergantung pada kemampuan pelaku usaha dalam mengelola konten dan menerapkan strategi promosi yang sesuai.

Keterbatasan literasi digital menjadi salah satu tantangan yang perlu diperhatikan dalam pengembangan UMKM. Santoso et al. menekankan pentingnya peningkatan kompetensi pemasaran digital bagi UMKM melalui proses pembelajaran yang terarah (Santoso et al., 2024). Selain itu, Rachmadani et al. menyoroti pentingnya pendampingan dalam mengoptimalkan pembuatan konten promosi digital (Rachmadani et al., 2023). Temuan tersebut menunjukkan bahwa pelatihan pemasaran digital perlu disertai praktik langsung agar pelaku usaha mampu menerapkan keterampilan yang diperoleh dalam kegiatan promosi sehari-hari.

Berdasarkan permasalahan tersebut, kegiatan pengabdian kepada masyarakat oleh tim KKN UINSA dirancang untuk meningkatkan kemampuan pemasaran digital pelaku UMKM Desa Mengen. Kegiatan ini bertujuan untuk mengidentifikasi potensi dan kendala pemasaran UMKM, meningkatkan keterampilan dalam memanfaatkan media sosial dan platform daring untuk promosi, serta mendorong perluasan akses pasar produk lokal ke tingkat regional maupun nasional. Melalui pelatihan praktis, kegiatan ini diharapkan dapat meningkatkan visibilitas produk lokal dan mendukung pengembangan UMKM Desa Mengen secara berkelanjutan.

ISSN: 3026-5991 Volume: 8 Nomor: 2

METODE

Kegiatan ini termasuk dalam kategori pengabdian masyarakat bidang ekonomi, berfokus pada pemberdayaan ekonomi melalui peningkatan kemampuan pemasaran usaha. Pelaksanaan dibagi menjadi tiga tahap utama (Dien et al., 2022).

1. Tahap Persiapan : Meliputi koordinasi dengan perangkat desa, survei lokasi usaha, identifikasi jenis produk dan kebutuhan pelaku usaha, serta penyusunan materi yang disesuaikan dengan kemampuan peserta. Tahap ini juga melibatkan dialog dengan tokoh masyarakat untuk memastikan program sesuai dengan kondisi setempat.
2. Tahap Pelaksanaan : Dilaksanakan pada 5 Juli 2026 di Balai Desa Mengen, diikuti 30 peserta. Metode yang digunakan adalah ceramah, diskusi, praktik langsung, dan pendampingan kelompok. Materi mencakup pengenalan pemasaran digital, pembuatan konten produk, pengelolaan akun promosi, serta penggunaan marketplace.
3. Tahap Evaluasi : Menggunakan metode deskriptif kualitatif dan kuantitatif, meliputi perbandingan kemampuan peserta sebelum dan sesudah pelatihan, wawancara kendala yang dihadapi, serta pengamatan kemajuan penggunaan saluran pemasaran daring. Tingkat keberhasilan dilihat dari perubahan keterampilan, sikap, dan partisipasi aktif peserta.

HASIL DAN PEMBAHASAN

Kondisi Awal Kemampuan dan Potensi UMKM Desa Mengen

Desa Mengen, Kecamatan Tamanan, Kabupaten Bondowoso, memiliki keragaman produk unggulan yang menjadi tulang punggung ekonomi masyarakat pedesaan. Berdasarkan observasi awal yang dilakukan tim pengabdian selama tiga hari mulai tanggal 1 hingga 3 Juli 2026, terdapat setidaknya 32 unit usaha mikro yang bergerak di berbagai sektor: usaha sayuran, sembako, olahan pangan seperti keripik terong, keripik pepaya, tape ungu, kerupuk puli, usaha tahu, sambal kemasan, hingga hasil pertanian berupa tembakau, kelapa, dan tanaman hias. Sebagian besar usaha ini dikelola oleh ibu rumah tangga, pemuda desa, dan kelompok tani yang telah berproduksi selama 2 hingga 15 tahun, namun perkembangannya cenderung stagnan dan belum mampu bersaing di pasar yang lebih luas.

Data awal menunjukkan bahwa dari 30 peserta yang menjadi sasaran kegiatan, hanya 10% atau 3 orang yang pernah memanfaatkan media sosial untuk keperluan promosi usaha,

ISSN: 3026-5991 Volume: 8 Nomor: 2

sedangkan 90% atau 27 orang belum pernah menyentuh saluran pemasaran digital sama sekali. Sebagian besar pelaku usaha masih mengandalkan pola pemasaran konvensional: menjual langsung kepada tetangga, mengikuti pasar mingguan di kecamatan, menerima pesanan dari kerabat dekat, atau menitipkan barang di warung-warung sekitar. Akibatnya, jangkauan pasar sangat terbatas hanya di lingkungan desa dan kecamatan, sehingga omzet yang diperoleh cenderung kecil dan tidak menentu. Rata-rata omzet per bulan yang dicapai pelaku usaha sebelum kegiatan berkisar antara Rp 100.000 hingga Rp 2.500.000, dengan margin keuntungan yang sangat tipis karena banyaknya perantara yang mengambil keuntungan di tengah rantai perdagangan.

Selain keterbatasan akses pasar, ditemukan pula permasalahan mendasar terkait legalitas usaha dan literasi digital. Sebelum kegiatan dilaksanakan, tidak ada satupun pelaku usaha yang memiliki Nomor Induk Berusaha (NIB) atau dokumen perizinan resmi lainnya. Sebanyak 80% pelaku usaha belum memahami pentingnya legalitas usaha, bahkan sebagian besar menganggap bahwa izin usaha hanya diperlukan untuk usaha yang sudah sangat besar. Hal ini sejalan dengan temuan admindesa (2023) dalam artikelnya tentang pemberdayaan ekonomi desa.(Admin Desa, n.d.)

Kondisi lain yang teramati adalah rendahnya pemahaman tentang cara mempromosikan produk dengan baik. Sebagian besar pelaku usaha hanya mengandalkan kualitas produk semata tanpa menyadari bahwa kemasan, tampilan visual, dan informasi yang disampaikan kepada konsumen juga menjadi faktor penentu minat beli. Banyak produk unggulan Desa Mengen yang memiliki rasa dan kualitas bahan baku yang sangat baik, namun dikemas secara sederhana tanpa label yang jelas, tanpa tanggal kadaluarsa, tanpa nomor izin edar, dan tanpa informasi kontak yang dapat dihubungi. Hal ini tentu membuat konsumen ragu untuk membeli produk tersebut, apalagi untuk dipasarkan ke luar daerah atau dikirim ke luar pulau.

Berdasarkan seluruh permasalahan yang telah dipetakan, tim pengabdian menyusun program kegiatan yang tidak hanya sekedar penyampaian materi teori, tetapi lebih menekankan pada praktik langsung, pendampingan intensif, dan penyampaian materi oleh narasumber yang memiliki pengalaman nyata di bidang pengembangan UMKM. Hal ini dilakukan agar peserta tidak hanya mendengarkan penjelasan, tetapi benar-benar mampu mempraktikkan langsung apa yang telah dipelajari dan dapat menerapkannya kembali dalam kegiatan usahanya masing-masing.

ISSN: 3026-5991 Volume: 8 Nomor: 2

1) Penyajian Materi dan Pendampingan Praktis Bersama Narasumber

Kegiatan pelatihan yang dilaksanakan pada tanggal 5 Juli 2026 di Balai Desa Mengen menghadirkan narasumber praktisi yang sangat relevan dengan kebutuhan peserta, yaitu Bima Ramadhan, Duta UMKM Jawa Timur. Pemilihan narasumber ini didasarkan pada rekam jejak beliau yang telah berhasil memberdayakan ribuan pelaku UMKM di berbagai daerah di Jawa Timur, serta memiliki pengalaman langsung membangun usaha dari skala mikro hingga mampu menembus pasar nasional maupun internasional. Kehadiran narasumber yang merupakan praktisi nyata memberikan dampak psikologis yang positif bagi peserta, karena mereka merasa bahwa apa yang disampaikan adalah hal yang benar-benar dapat dilakukan oleh orang biasa seperti mereka, bukan hanya teori yang sulit diterapkan.

Dalam penyampaian materinya, Bima Ramadhan (Duta UMKM Jawa Timur) menggunakan pendekatan yang sangat santai, komunikatif, dan banyak membagikan pengalaman pribadi serta kisah sukses pelaku UMKM lain yang memiliki kondisi serupa dengan warga Desa Mengen. Beliau tidak menggunakan istilah-istilah teknis yang rumit, melainkan menjabarkan setiap materi dengan bahasa yang mudah dipahami dan disesuaikan dengan tingkat pemahaman peserta. Seluruh materi yang disampaikan kemudian dipraktekkan secara langsung oleh peserta dengan bimbingan narasumber dan tim pelaksana kegiatan, sehingga setiap peserta dapat memastikan bahwa mereka mampu melakukannya sendiri setelah kegiatan selesai.



Gambar 2. Penyampaian materi

Secara rinci, materi yang disampaikan dan dipraktikkan meliputi empat kompetensi utama yang disusun secara berurutan dari yang paling dasar hingga yang lebih praktis.

1) Pembuatan dan Pengelolaan Akun Penjualan di Platform Shopee

ISSN: 3026-5991 Volume: 8 Nomor: 2

Materi ini diawali dengan penjelasan tentang apa itu pasar daring, mengapa pelaku usaha harus hadir di platform jual beli, serta keuntungan yang akan diperoleh jika memiliki toko daring resmi. Narasumber menjelaskan bahwa dengan memiliki akun Shopee, jangkauan pasar tidak lagi terbatas pada jarak dan waktu, melainkan dapat menjangkau seluruh wilayah Indonesia bahkan hingga ke luar negeri. Selain itu, platform ini menyediakan berbagai fitur yang memudahkan pelaku usaha mulai dari pengelolaan pesanan, sistem pembayaran yang aman, hingga layanan pengiriman yang sudah terintegrasi.

Pada sesi praktik,(Rahmawati et al., 2024) peserta dipandu langkah demi langkah mulai dari mengunduh aplikasi, mendaftar menggunakan nomor telepon aktif, memverifikasi akun, hingga melengkapi data toko dengan nama yang menarik dan sesuai dengan karakter produk Desa Mengen. Peserta juga diajarkan cara mengunggah foto produk yang baik, menyusun deskripsi produk yang lengkap dan menarik, menetapkan harga, serta mengatur variasi produk jika ada. Narasumber juga memberikan tips praktis seperti cara memilih kata kunci yang tepat agar produk mudah ditemukan calon pembeli, cara memanfaatkan fitur promosi gratis yang disediakan platform, hingga cara melayani percakapan dengan calon pembeli agar terjalin hubungan yang baik dan kepercayaan tumbuh.

Selama proses praktik, terlihat antusiasme yang sangat tinggi dari peserta. Meskipun sempat mengalami kendala seperti lupa kata sandi, kesalahan pengisian data, atau sinyal yang terputus sebentar, peserta tidak menyerah dan saling membantu satu sama lain. Narasumber juga berkeliling ke setiap kelompok untuk memastikan tidak ada peserta yang tertinggal atau mengalami kesulitan yang tidak dapat diselesaikan.

2) Pendaftaran Nomor Induk Berusaha (NIB) Melalui Sistem OSS

Materi ini menjadi salah satu bagian yang paling penting dan sebelumnya sama sekali tidak pernah diketahui oleh peserta. Narasumber menjelaskan secara rinci bahwa NIB adalah bukti pendaftaran usaha yang sah yang dikelola oleh pemerintah melalui sistem Online Single Submission (OSS), yang berlaku sebagai izin usaha, izin kegiatan, hingga bukti kepesertaan jaminan sosial dan jaminan ketenagakerjaan bagi pelaku usaha. Kepemilikan NIB memberikan banyak keuntungan antara lain: dapat mengajukan bantuan permodalan dari pemerintah, dapat mengikuti lelang pengadaan barang dan jasa, lebih mudah menjalin kerja sama dengan mitra usaha, memberikan rasa aman dan perlindungan hukum bagi pelaku usaha, serta meningkatkan kepercayaan konsumen terhadap produk yang ditawarkan. Dalam sesi praktik, peserta dipandu mengakses situs resmi OSS dan mengikuti alur pendaftaran secara

ISSN: 3026-5991 Volume: 8 Nomor: 2

mandiri.(Putri et al., 2024) Narasumber menjelaskan setiap kolom yang harus diisi, dokumen apa saja yang diperlukan seperti Kartu Tanda Penduduk, Kartu Keluarga, dan surat keterangan domisili usaha, serta cara mengisi data usaha sesuai dengan jenis produk yang dihasilkan. Banyak peserta yang merasa sangat terbantu dan menyadari bahwa selama ini mereka salah mengira bahwa mengurus izin usaha itu sangat sulit, mahal, dan memakan waktu lama. Padahal dengan adanya sistem OSS, pendaftaran NIB dapat dilakukan secara gratis, mudah, dan cepat hanya dengan bermodalkan gawai yang terhubung dengan internet.

3) Pendaftaran dan Verifikasi Lokasi Usaha di Google Maps

Materi ini menjelaskan pentingnya keberadaan informasi lokasi usaha secara digital.(Anggraeni & Mardiansyah, n.d.) Banyak calon pembeli yang datang dari luar daerah atau yang ingin mengunjungi tempat produksi secara langsung akan mencari lokasi melalui Google Maps. Jika lokasi usaha sudah terdaftar dengan benar, maka pembeli akan lebih mudah menemukan tempat usaha, sehingga potensi pembelian secara langsung maupun pesanan dalam jumlah besar akan semakin terbuka lebar. Selain itu, informasi lokasi yang lengkap juga akan meningkatkan kepercayaan konsumen karena usaha tersebut dianggap memiliki alamat yang jelas dan dapat dipertanggungjawabkan.

Pada sesi praktik, peserta diajarkan cara menambahkan tempat baru di Google Maps, memasukkan nama usaha yang sesuai, memilih kategori usaha yang tepat, memasukkan alamat lengkap dan titik koordinat yang akurat, mengunggah foto tempat usaha dan produk, serta mencantumkan jam operasional dan nomor telepon yang dapat dihubungi. Peserta juga diajarkan cara melakukan verifikasi lokasi melalui kode yang dikirimkan melalui pesan singkat atau surat ke alamat usaha jika diperlukan. Narasumber juga menjelaskan bahwa informasi yang lengkap dan akurat akan membuat usaha lebih mudah muncul saat ada orang yang mencari produk sejenis di wilayah tersebut.

4) Pembuatan Konten Promosi yang Menarik dan Sesuai Karakter Produk

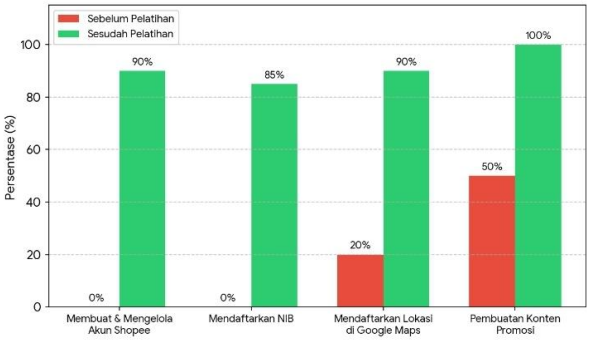
Bagian ini membahas tentang bagaimana cara memperkenalkan produk kepada calon pembeli melalui media visual dan tulisan yang sederhana namun mampu menarik minat beli. Narasumber menyampaikan bahwa di era digital saat ini, orang lebih tertarik melihat gambar atau video yang menarik dibandingkan hanya membaca tulisan yang panjang lebar (Mas'udia et al., 2023). Oleh karena itu, pelaku usaha harus mampu menampilkan produk dengan cara yang paling baik tanpa harus menggunakan alat canggih atau keahlian khusus yang rumit.

ISSN: 3026-5991 Volume: 8 Nomor: 2

Dalam praktiknya, peserta diajarkan cara mengambil foto produk yang baik hanya dengan menggunakan gawai biasa: memperhatikan pencahayaan yang cukup, latar belakang yang bersih dan rapi, serta menampilkan produk secara utuh dan menarik. Peserta juga berlatih menyusun kalimat promosi yang singkat, padat, jelas, namun mampu menonjolkan keunggulan produk seperti bahan baku alami, buatan tangan sendiri, khas Desa Mengen, atau harga yang terjangkau. Narasumber juga memberikan contoh kesalahan umum yang sering dilakukan pelaku usaha saat mempromosikan produk dan cara memperbaikinya agar pesan yang disampaikan dapat diterima dengan baik oleh konsumen.

5) Perkembangan Kemampuan Peserta Sebelum dan Sesudah Mengikuti Kegiatan

Setelah mengikuti rangkaian pelatihan dan pendampingan intensif yang dipimpin langsung oleh Bima Ramadhan bersama tim pelaksana KKN, terjadi perubahan yang sangat signifikan pada kemampuan dan pemahaman peserta. Perubahan ini terlihat jelas dari perbandingan kemampuan peserta sebelum dan sesudah kegiatan yang disajikan dalam bentuk grafik dan tabel berikut ini:



Grafik 1. Perbandingan Persentase Kemampuan Peserta Sebelum dan Sesudah Pelatihan (Keterangan: Batang merah menunjukkan kondisi sebelum pelatihan, batang hijau menunjukkan kondisi sesudah pelatihan)

Berdasarkan data di atas, terlihat bahwa seluruh indikator kemampuan mengalami peningkatan yang sangat besar. Pada aspek pembuatan akun Shopee dan pendaftaran NIB yang sebelumnya tidak ada satupun peserta yang mampu melakukannya, kini sebagian besar peserta telah berhasil melakukannya secara mandiri. Sebanyak 90% peserta telah memiliki akun toko yang aktif di Shopee dan mulai mengunggah produk mereka, sedangkan 85% peserta telah berhasil mendapatkan nomor NIB secara resmi. Sisanya yang belum selesai sebagian besar terkendala kelengkapan dokumen yang akan segera diselesaikan dengan bantuan tim pelaksana kegiatan.

ISSN: 3026-5991 Volume: 8 Nomor: 2

Pada pendaftaran lokasi di Google Maps, yang sebelumnya hanya 20% peserta yang tahu apa itu Google Maps, kini 90% peserta telah berhasil mendaftarkan lokasi usaha mereka dengan lengkap beserta foto produk dan informasi kontak. Sementara pada pembuatan konten promosi, yang sebelumnya hanya setengah peserta yang pernah mencoba mengambil foto produk, kini seluruh peserta mampu membuat konten yang layak untuk dipublikasikan di berbagai media sosial maupun platform jual beli daring.

Perubahan ini tidak hanya terjadi pada kemampuan teknis semata, tetapi juga pada perubahan pola pikir dan kepercayaan diri peserta. Selama sesi wawancara dan diskusi setelah kegiatan, banyak peserta yang menyampaikan rasa senang dan bangga karena akhirnya mereka memiliki bukti legalitas usaha yang sah, memiliki tempat usaha yang dapat ditemukan orang banyak, serta memiliki cara untuk menawarkan produk mereka ke luar desa. Hal ini sejalan dengan temuan Lia Nurina dkk (2024) yang menyatakan bahwa pelatihan praktis yang disampaikan oleh praktisi yang relevan dan disertai dengan pendampingan langsung akan jauh lebih efektif dalam mengubah perilaku dan kemampuan peserta dibandingkan dengan penyampaian materi teori saja.(Nurlina et al., 2024)

Kendala yang Dihadapi dan Solusi yang Diterapkan Selama Kegiatan

Dalam pelaksanaan kegiatan, tentu tidak berjalan tanpa hambatan. Beberapa kendala yang ditemui selama proses pelatihan dan pendampingan antara lain:

1) Keterbatasan Jaringan Internet

Lokasi Desa Mengen yang berada di daerah pedesaan dengan kontur tanah yang bervariasi membuat jangkauan sinyal internet belum merata di seluruh wilayah desa. Saat kegiatan berlangsung, sempat terjadi gangguan sinyal yang menghambat proses pendaftaran akun dan pengunggahan data yang membutuhkan koneksi yang stabil. Hal ini membuat beberapa peserta sempat merasa cemas karena khawatir tidak dapat menyelesaikan proses pendaftaran pada hari itu juga. Untuk mengatasi hal tersebut, tim pelaksana bersama narasumber segera mengidentifikasi titik-titik di sekitar Balai Desa yang memiliki sinyal lebih stabil, kemudian membagi peserta ke dalam kelompok-kelompok kecil sesuai dengan kekuatan sinyal di lokasi tersebut.

2) Keterbatasan Kemampuan Pengoperasian Gawai

Terdapat beberapa peserta yang berusia lebih lanjut atau belum pernah banyak menggunakan gawai pintar sehingga mengalami kesulitan dalam mengoperasikan aplikasi atau mengakses situs tertentu. Beberapa peserta mengaku sering salah menekan tombol, bingung saat muncul

ISSN: 3026-5991 Volume: 8 Nomor: 2

tampilan baru, atau khawatir akan terjadi kesalahan yang merugikan mereka. Sebagai solusinya, narasumber dan tim pelaksana menerapkan sistem pendampingan teman sebaya, di mana peserta yang lebih cepat memahami materi membantu peserta yang masih mengalami kesulitan. Pendekatan ini terbukti sangat efektif karena bahasa yang digunakan lebih akrab dan cara penyampaiannya lebih mudah diterima

3) Keterbatasan Kelengkapan Dokumen

Pada saat kegiatan berlangsung, sebagian kecil peserta belum membawa dokumen pendukung yang diperlukan untuk pendaftaran NIB seperti surat keterangan domisili usaha atau kartu identitas yang masih berlaku. Hal ini membuat mereka belum dapat menyelesaikan proses pendaftaran secara tuntas pada hari itu juga. Tim pelaksana kemudian mencatat data peserta yang belum lengkap dokumennya, memberikan penjelasan tentang dokumen apa saja yang perlu disiapkan, serta berjanji akan melakukan kunjungan tindak lanjut untuk membantu menyelesaikan proses pendaftaran tersebut setelah dokumen lengkap. Perangkat desa juga berkomitmen untuk membantu memfasilitasi pembuatan dokumen yang diperlukan agar seluruh pelaku usaha di Desa Mengen dapat segera memiliki NIB dan legalitas usaha yang lengkap.



Gambar 2. Foto bersama setelah keegiatan



Gambar 3. Penyerahan sertifikat kepada narasumber

ISSN: 3026-5991 Volume: 8 Nomor: 2

SIMPULAN DAN SARAN

SIMPULAN

Program pemasaran digital yang dilaksanakan berhasil meningkatkan kemampuan pelaku UMKM Desa Mengen dalam memanfaatkan saluran daring untuk memperluas akses pasar. Kegiatan ini juga membuktikan bahwa pendekatan praktis yang disesuaikan dengan kondisi masyarakat pedesaan dapat mengatasi hambatan literasi digital. Perlu adanya pendampingan berkelanjutan agar kemampuan yang telah diperoleh dapat terjaga dan dikembangkan lebih lanjut. Pemerintah desa diharapkan dapat mendukung peningkatan kualitas jaringan internet serta memfasilitasi pembentukan kelompok belajar pemasaran digital sebagai wadah berbagi pengalaman antar pelaku usaha. Hasil kegiatan ini juga dapat menjadi referensi bagi desa lain yang memiliki potensi serupa namun terkendala pemasaran.

SARAN

Berdasarkan hasil kegiatan, disarankan agar Pemerintah Desa Mengen terus meningkatkan kualitas jaringan internet dan memfasilitasi pembentukan kelompok belajar pemasaran digital, sementara pelaku UMKM diharapkan secara rutin melatih kemampuan digital serta melengkapi dokumen legalitas usahanya, dan tim pengabdian serta pihak terkait sebaiknya menyelenggarakan pendampingan berkelanjutan guna menutup kesenjangan literasi digital sehingga pemasaran daring dapat berjalan optimal dan daya saing produk desa semakin meningkat.

UCAPAN TERIMA KASIH

Terima kasih disampaikan kepada Narasumber dan Mahasiswa Pengabdian kepada Masyarakat UIN Sunan Ampel Surabaya, perangkat Desa Mengen, serta seluruh peserta kegiatan yang telah berpartisipasi aktif dalam pelaksanaan program ini.

DAFTAR PUSTAKA

Admin Desa. (n.d.). Pengembangan Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah (UMKM) di Desa: Menumbuhkan Potensi Ekonomi Lokal – Desa Bhuana Jaya | Kab. Kutai Kartanegara. Retrieved October 19, 2026, from https://www.bhuanajaya.desa.id/pengembangan-usaha-mikro-kecil-dan-menengah-umkm-di-desa-menumbuhkan-potensi-ekonomi-lokal/

Anggraeni, T., & Mardiansyah, L. (n.d.). Pendampingan Pelaku UMKM Terkait Pendaftaran Google Maps di Desa Gunung Leutik.

ISSN: 3026-5991 Volume: 8 Nomor: 2

Dien, H. E., Vista, C. B., Sabilla, W. I., Zuraida, V., & Ririd, A. R. T. H. (2022). Pelatihan Pemasaran Digital melalui Pemanfaatan Aplikasi Online Marketplace bagi UMKM di Lapak Berkah PKK Singosari Malang. Jurnal Pengabdian UNDIKMA, 3(3), 436–443. https://doi.org/10.33394/jpu.v3i3.6030

Jurnal Pengabdian Masyarakat. (n.d.). Retrieved October 19, 2026, from https://journal.ppipbr.com/index.php/pengamas/index

Mas'udia, P. E., Wijayanti, R. A., Anshori, Moh. A., Mustafa, L. D., Sarosa, M., & Ratnawati, Y. (2023). Pembuatan Website, Instagram Dan Akun Shopee Sebagai Media Marketing Produk Anyaman Bambu Di Desa Duwet | Cakrawala: Jurnal Pengabdian Masyarakat Global. https://jurnaluniv45sby.ac.id/index.php/Cakrawala/article/view/1506

Nurlina, L., Magisa, N. S., Ekobelawati, F., Iswanto, I., & Ishak. (2024). Pemberdayaan Ekonomi Masyarakat Melalui Pengembangan Usaha Mikro Kecil Menengah (UMKM) Berbasis Digital | Journal Of Human And Education (JAHE). https://jahe.or.id/index.php/jahe/article/view/1751

Putri, O. K., Zawawi, Z., & Warmana, O. (2024). Pendampingan Pendaftaran NIB Pada UMKM Sebagai Pengembangan Usaha dan Ekonomi Lokal Kelurahan Penjaringan Sari | Jurnal Pengabdian kepada Masyarakat Nusantara. JPKM. Pendampingan Pendaftaran NIB Pada UMKM Sebagai Pengembangan Usaha Dan Ekonomi Lokal Kelurahan Penjaringan Sari | Jurnal Pengabdian Kepada Masyarakat Nusantara. (n.d.). Retrieved October 19, 2026, from Https://Ejournal.Sisfokomtek.Org/Index.Php/Jpkm/Article/View/2418. https://doi.org/https://doi.org/10.55338/jpkmn.v5i1.2418

Rachmadani, W. S., Margunani, M., & Rachmadi, M. F. (2023). Assistance and Digitalization of MSMEs Based on Optimization of Digital Promotional Content Creation. Indonesian Journal of Devotion and Empowerment, 5(2), Article 2. https://doi.org/10.15294/ijde.v5i2.71970

Rahmawati, A. E., Ifana, A. M., Arviana, E., & Arifin, R. (2024). Pendampingan dan Pembuatan Akun Shopee untuk Mewujudkan Digitalisasi UMKM. Educommunity Jurnal Pengabdian Masyarakat, 2(2), 58–63. https://doi.org/10.71365/ejpm.v2i2.65

Santoso, B., Hufad, A., Wahyudin, U., & Inoue, H. (2024). Digital Literacy Transformation: Digital Marketing Competence for Micro, Small, and Medium Enterprises (MSMEs).

ISSN: 3026-5991 Volume: 8 Nomor: 2

Journal of Nonformal Education, 10(2), 332–342. https://doi.org/10.15294/jone.v10i2.11586

Sirodjudin, M., & Sudarmiatin, S. (2023). Implementasi Digital Marketing Oleh UMKM Di Indonesia: A Scoping Review. Jurnal Ekonomi, Bisnis Dan Manajemen, 2(2), 20–35. https://doi.org/10.58192/ebismen.v2i2.783

Tatik, T., & Setiawan, D. (2024). Does social media marketing important for MSMEs performance in Indonesia? Asia Pacific Journal of Marketing and Logistics, 37(1), 99–114. https://doi.org/10.1108/APJML-01-2024-0090