

Penguatan dan Pengembangan Usaha Jenang Mbak Dah Melalui Digital Marketing dan Pelatihan Pembukuan di Desa Jatirejo Kabupaten Semarang

Enggal Katon¹, Della Erawati², Sania Camilia Putri³, Dzikrulloh Muhammad Nuzul⁴,
Tiyas Yuni Arti⁵, Linda Silaen⁶, Aulia Nurmala Sandy⁷, Pandi Afandi⁸

^{1,2,3,4,5,6,7,8}Program Studi Manajemen, Sekolah Tinggi Ilmu Ekonomi "Ama" Salatiga, Indonesia
*e-mail: enggalkaton422@gmail.com¹ dellaerawati75@gmail.com² Chamilyaaputri@gmail.com³
nuzulsaputra916@gmail.com⁴ tyasyunia046@gmail.com⁵ Lindasilaen0409@gmail.com⁶
aulianurmalasandi@gmail.com⁷ pandiafandi@stieama.ac.id⁸

Abstrak

Penguatan UMKM berbasis makanan tradisional menjadi isu strategis dalam pemberdayaan ekonomi desa karena berkontribusi pada peningkatan pendapatan, pelestarian budaya lokal, dan ketahanan ekonomi masyarakat. UMKM Jenang Mbak Dah di Desa Jatirejo menghadapi kendala pada aspek legalitas P-IRT, pencatatan keuangan, identitas merek, serta pemasaran yang masih konvensional. Kegiatan pengabdian ini bertujuan meningkatkan kapasitas pengelolaan usaha melalui pendekatan partisipatif dan aplikatif. Metode yang digunakan meliputi observasi, wawancara, identifikasi masalah, perencanaan program, pendampingan langsung, serta evaluasi. Program yang dilaksanakan mencakup pendampingan perpanjangan izin P-IRT, penyusunan pembukuan sederhana, pembaruan logo dan media promosi, serta pembuatan akun Instagram dan marketplace Shopee sebagai sarana digital marketing. Hasil kegiatan menunjukkan adanya peningkatan yang signifikan dalam pemahaman pelaku usaha mengenai urgensi legalitas usaha dan penerapan pencatatan keuangan yang sistematis dan terstruktur. Selain itu, terjadi penguatan identitas produk melalui pembaruan elemen branding yang lebih konsisten dan menarik. Di sisi lain, pelaku usaha juga mengalami perluasan akses pemasaran digital, yang ditandai dengan kemampuan memanfaatkan platform online. Secara keseluruhan, program ini berkontribusi pada peningkatan daya saing dan kemandirian UMKM.

Kata kunci: makanan tradisional, penguatan UMKM, pemasaran digital, pemberdayaan masyarakat

Abstract

Strengthening micro, small, and medium enterprises (MSMEs) based on traditional foods has become a strategic issue in rural economic empowerment, as it contributes to increased income, preservation of local culture, and enhanced community economic resilience. Jenang Mbak Dah MSME in Jatirejo Village faced several challenges, including issues related to P-IRT licensing, financial record-keeping, brand identity, and reliance on conventional marketing methods. This community service program aimed to improve business management capacity through a participatory and practical approach. The methods employed included observation, interviews, problem identification, program planning, direct assistance, and evaluation. The implemented programs consisted of assistance in renewing the P-IRT license, developing simple bookkeeping practices, updating logos and promotional media, and creating Instagram and Shopee marketplace accounts as digital marketing tools. The results indicated a significant improvement in the business owner's understanding of the importance of business legality and the implementation of systematic and structured financial record-keeping. In addition, product identity was strengthened through more consistent and appealing branding elements. Furthermore, the business gained broader access to digital marketing, as evidenced by the ability to utilize online platforms more effectively. Overall, this program contributed to enhancing the competitiveness and independence of the MSME.

Keywords: community empowerment, digital marketing, MSME strengthening, traditional food

1. PENDAHULUAN

Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah (UMKM) merupakan salah satu pilar utama dalam perekonomian nasional, khususnya dalam mendukung pertumbuhan ekonomi masyarakat pedesaan. UMKM berperan dalam penciptaan lapangan kerja, peningkatan pendapatan masyarakat, serta penguatan ekonomi lokal yang berkelanjutan. Pengembangan UMKM berbasis

potensi lokal dinilai mampu mendorong kemandirian ekonomi masyarakat sekaligus memperkuat ketahanan ekonomi desa (Yuswono et al., 2024).

Di wilayah pedesaan, pengembangan UMKM berbasis makanan tradisional memiliki nilai ekonomi dan sosial budaya yang tinggi. Produk makanan tradisional tidak hanya berfungsi sebagai komoditas ekonomi, tetapi juga merepresentasikan identitas budaya dan kearifan lokal masyarakat (Pratiwi & Lestari, 2022). Keberlanjutan usaha makanan tradisional menunjukkan adanya proses pewarisan pengetahuan produksi secara turun-temurun yang berkontribusi terhadap pelestarian budaya sekaligus peningkatan kesejahteraan masyarakat desa (Wibowo et al., 2024).

Desa Jatirejo, Kecamatan Suruh, Kabupaten Semarang merupakan salah satu wilayah pedesaan yang sebagian besar penduduknya menggantungkan mata pencaharian pada sektor pertanian dan usaha rumah tangga. Ketersediaan bahan baku lokal seperti beras ketan dan gula kelapa menjadi potensi utama dalam pengembangan UMKM berbasis makanan tradisional. Salah satu UMKM yang masih aktif di desa ini adalah usaha pengolahan jenang dan wajik milik Ibu Wahidah, yang merupakan usaha keluarga yang telah dirintis sejak tahun 1991 dan dikelola secara mandiri sejak tahun 2019.

Berdasarkan hasil observasi lapangan dan wawancara dengan pelaku usaha, UMKM jenang dan wajik milik Ibu Wahidah masih dikelola dalam skala rumah tangga dengan jumlah tenaga kerja terbatas, yaitu sekitar 2-3 orang. Proses produksi dilakukan secara tidak rutin dan menyesuaikan dengan permintaan pasar, dengan kapasitas produksi sekitar ± 50 kg per sekali produksi. Produk yang dihasilkan masih dipasarkan secara lokal di wilayah Desa Jatirejo dan sekitarnya, sehingga jangkauan pemasaran usaha ini masih tergolong terbatas dan berada pada skala mikro.

Meskipun memiliki cita rasa yang telah dikenal oleh masyarakat sekitar dan mengandung nilai budaya yang kuat, UMKM jenang dan wajik tersebut masih menghadapi berbagai kendala dalam pengembangan usaha (Hidayat et al., 2021). Permasalahan yang dihadapi meliputi perizinan legalitas P-IRT yang belum diperpanjang, pencatatan keuangan yang belum terstruktur, kemasan produk yang masih sederhana dan belum memiliki identitas merek yang kuat, serta strategi pemasaran yang masih bersifat konvensional. Kondisi ini berdampak pada rendahnya daya saing produk dan belum optimalnya pemanfaatan potensi ekonomi yang dimiliki usaha (Lestari & Utami, 2023).

Permasalahan tersebut sejalan dengan temuan berbagai kegiatan pengabdian masyarakat dan penelitian UMKM di wilayah pedesaan Indonesia. Sejumlah studi menunjukkan bahwa inovasi kemasan dan penguatan identitas merek berpengaruh signifikan terhadap peningkatan nilai jual dan daya tarik produk UMKM (Yuswono et al., 2024). Selain itu, pemanfaatan pemasaran digital melalui media sosial dan e-commerce terbukti mampu memperluas jangkauan pasar, meningkatkan volume penjualan, serta mendukung keberlanjutan usaha UMKM pedesaan (Sarwoto et al., 2025).

Namun demikian, masih terdapat kesenjangan penelitian (research gap) yang menunjukkan bahwa sebagian besar studi cenderung mengkaji aspek pemasaran dan branding secara terpisah, serta belum mengintegrasikan secara komprehensif antara penguatan legalitas usaha, pengelolaan keuangan, identitas merek, dan transformasi digital dalam satu model pendampingan yang aplikatif. Selain itu, penelitian yang berfokus pada implementasi langsung di tingkat UMKM berbasis makanan tradisional dengan pendekatan partisipatif masih terbatas, sehingga diperlukan kajian yang lebih holistik untuk mengoptimalkan peningkatan kapasitas dan daya saing UMKM secara berkelanjutan.

Berdasarkan kondisi tersebut, kegiatan pengabdian kepada masyarakat ini bertujuan untuk meningkatkan pengelolaan usaha jenang dan wajik milik Ibu Wahidah di Desa Jatirejo melalui pendampingan pencatatan keuangan, pembaruan logo usaha, perpanjangan izin P-IRT, serta pemanfaatan media digital dengan pembuatan akun Instagram dan Shopee. Selain itu, kegiatan ini bertujuan untuk pengembangan usaha, membantu penerapan strategi pemasaran digital, serta menganalisis dampak praktik pemberdayaan masyarakat terhadap keberlanjutan dan kemandirian UMKM berbasis makanan tradisional di wilayah pedesaan.

2. METODE

Kegiatan pengabdian masyarakat ini dilakukan bersama dengan program Kuliah Praktik Pemberdayaan Masyarakat (KPPM) dengan pendekatan partisipatif. Metode pendekatan ini dipilih untuk memastikan proses pemberdayaan berjalan dengan lancar sesuai dengan kondisi UMKM. Kegiatan ini berlangsung pada tanggal 12 Januari 2026 hingga 12 Februari 2026. Lokasi KPPM yaitu di UMKM Jenang Mbak Dah yang beralamatkan di Desa Jatirejo, Kecamatan Suruh, Kabupaten Semarang. Desa Jatirejo dipilih karena merupakan wilayah dengan UMKM yang cukup tinggi, tetapi mayoritas masih menggunakan pemasaran produk yang bersifat konvensional dan belum menerapkan digital marketing yang berkelanjutan. Metode penerapan pemberdayaan masyarakat ini disusun dalam beberapa tahapan.

1. Metode pengabdian masyarakat ini diawali dengan tahap analisis awal yang dilakukan pada tanggal 12 Januari 2026. Tahap ini bertujuan untuk memperoleh gambaran menyeluruh mengenai kondisi UMKM Jenang Mbak Dah milik Ibu Wahidah yang berlokasi di Desa Jatirejo. Analisis awal dilakukan melalui observasi langsung ke lokasi usaha untuk melihat kondisi produksi, sarana prasarana, serta aktivitas usaha yang dijalankan. Selain itu, wawancara dilakukan dengan pelaku UMKM guna menggali informasi terkait proses produksi, sistem pengelolaan usaha, serta kendala yang dihadapi. Berdasarkan hasil observasi dan wawancara tersebut, diidentifikasi beberapa permasalahan utama, yaitu perlunya perpanjangan izin PIRT, pencatatan keuangan yang belum tersusun secara rapi, desain logo usaha yang masih sederhana, serta pemasaran produk yang masih terbatas. Seluruh data dan informasi yang diperoleh kemudian digunakan sebagai dasar dalam perencanaan program pemberdayaan masyarakat.
2. Tahap selanjutnya adalah penyusunan program solusi yang disesuaikan dengan kebutuhan dan kondisi UMKM yang dilakukan pada tanggal 19 Januari 2026. Program kerja dirancang berdasarkan hasil analisis awal dengan mempertimbangkan kemampuan pelaku usaha agar dapat diterapkan secara optimal. Solusi yang ditetapkan meliputi pendampingan perpanjangan izin PIRT, penataan pencatatan keuangan usaha, pembaruan desain logo, serta pembuatan dan pengelolaan akun pemasaran digital melalui Instagram dan marketplace Shopee. Setiap kegiatan dirancang dengan langkah-langkah yang sederhana dan sistematis agar mudah dipahami dan diimplementasikan oleh pelaku UMKM secara mandiri.
3. Implementasi program dilakukan mulai dari tanggal 20 Januari 2026 hingga 6 Februari 2026. Implementasi program kerja meliputi pendampingan secara langsung kepada pelaku UMKM. Kegiatan diawali dengan pendampingan perpanjangan izin PIRT dengan memberikan informasi mengenai persyaratan, prosedur, serta pentingnya penerapan standar kebersihan dan keamanan pangan. Selanjutnya dilakukan pendampingan penataan pencatatan keuangan usaha dengan menyusun pembukuan sederhana yang mencakup pencatatan pemasukan dan pengeluaran. Pada aspek pemasaran, dilakukan pembaruan desain logo usaha agar lebih menarik dan mencerminkan identitas produk jenang dan wajik sebagai makanan tradisional. Selain itu, pelaku UMKM juga didampingi dalam pembuatan akun media sosial Instagram dan akun marketplace Shopee sebagai sarana promosi dan penjualan online guna memperluas jangkauan pemasaran produk.
4. Tahap akhir dalam metode pengabdian ini adalah evaluasi dan tindak lanjut yang dilakukan pada tanggal 9-12 Februari 2026. Evaluasi dilakukan melalui pengamatan langsung dan diskusi dengan pelaku UMKM untuk menilai ketercapaian program dan manfaat yang dirasakan setelah kegiatan dilaksanakan. Hasil evaluasi menunjukkan adanya peningkatan pemahaman pelaku usaha mengenai pentingnya legalitas PIRT, perbaikan dalam penataan pencatatan keuangan, peningkatan identitas produk melalui desain logo baru, serta terbukanya peluang pemasaran digital melalui Instagram dan Shopee. Tindak lanjut kegiatan diarahkan pada keberlanjutan program, yaitu mendorong pelaku UMKM untuk menyelesaikan proses perpanjangan izin PIRT, menerapkan pencatatan keuangan secara rutin, menggunakan logo secara konsisten pada kemasan dan media promosi, serta

mengelola akun pemasaran digital secara aktif dan berkelanjutan agar usaha dapat terus berkembang dan memiliki daya saing yang lebih baik.

3. HASIL DAN PEMBAHASAN

3.1. Gambaran Umum Pelaksanaan Kuliah Praktik Pemberdayaan Masyarakat

Kuliah Praktik Pemberdayaan Masyarakat (KPPM) difokuskan pada upaya pendampingan UMKM berbasis potensi lokal di Desa Jatirejo, Kecamatan Suruh, Kabupaten Semarang, khususnya pada usaha jenang dan wajik milik Ibu Wahidah. Kegiatan KPPM ini dirancang sebagai bentuk implementasi peran mahasiswa dalam mendukung penguatan ekonomi masyarakat desa melalui pendekatan partisipatif, edukatif, dan aplikatif yang disesuaikan dengan kebutuhan nyata mitra UMKM. Secara umum, pelaksanaan KPPM dilakukan melalui tahapan observasi, identifikasi masalah, perencanaan program, pelaksanaan pendampingan, serta evaluasi kegiatan. Tahap awal difokuskan pada observasi lapangan dan wawancara mendalam dengan pemilik usaha untuk memperoleh gambaran riil mengenai kondisi pengelolaan usaha, proses produksi, sistem pemasaran, serta kendala yang dihadapi. Hasil observasi tersebut kemudian menjadi dasar dalam penyusunan program kerja yang relevan dan kontekstual, sehingga kegiatan yang dilaksanakan tidak bersifat umum, melainkan menjawab permasalahan spesifik UMKM mitra.



Gambar 1. Wawancara dengan Pemilik UMKM

Kegiatan inti KPPM meliputi pendampingan perpanjangan legalitas usaha P-IRT, pendampingan pencatatan keuangan sederhana melalui buku kas, pembaruan identitas usaha berupa logo dan kemasan, serta penguatan strategi pemasaran melalui pemanfaatan media digital. Pendampingan dilakukan secara langsung dengan melibatkan pelaku UMKM dalam setiap tahapan kegiatan, sehingga diharapkan terjadi transfer pengetahuan dan peningkatan kapasitas pelaku usaha secara berkelanjutan. Selain itu, pembuatan akun media sosial Instagram dan marketplace Shopee dilakukan sebagai langkah awal untuk memperluas jangkauan pemasaran dan meningkatkan daya saing produk jenang dan wajik di tengah perkembangan ekonomi digital.

Melalui pelaksanaan Kuliah Praktik Pemberdayaan Masyarakat ini, mahasiswa tidak hanya berperan sebagai fasilitator, tetapi juga sebagai mitra belajar bagi pelaku UMKM dalam mengelola dan mengembangkan usahanya. Kegiatan ini diharapkan mampu memberikan dampak positif terhadap peningkatan kemandirian usaha, penguatan identitas produk lokal, serta keberlanjutan UMKM jenang dan wajik di Desa Jatirejo. Dengan demikian, KPPM menjadi sarana strategis dalam mengintegrasikan pengetahuan akademik dengan praktik pemberdayaan masyarakat yang berorientasi pada penguatan ekonomi lokal berbasis potensi desa.

3.2. Hasil Pelaksanaan Program Kerja

Implementasi program kerja pengabdian kepada masyarakat pada UMKM Jenang Mbak Dah dilaksanakan melalui beberapa bentuk pendampingan yang disesuaikan dengan permasalahan dan kebutuhan pelaku usaha. Setiap kegiatan pendampingan menghasilkan

capaian yang berbeda pada aspek legalitas, pengelolaan keuangan, identitas usaha, serta pemasaran produk. Adapun hasil dan pembahasan dari masing-masing program kerja diuraikan sebagai berikut:

Tabel 1. Perubahan kondisi UMKM Jenang Mbak Dah

Aspek	Sebelum Pendampingan	Setelah Pendampingan
Legalitas Usaha	Belum memahami prosedur perpanjangan legalitas P-IRT	Mendapatkan pendampingan dan memahami alur dalam melakukan perpanjangan legalitas P-IRT
Pencatatan Keuangan	Belum menerapkan pencatatan keuangan yang konsisten dan sistematis	Mampu melakukan pembukuan secara konsisten dan sistematis dengan sederhana
Identitas Visual Usaha	Media promosi yang digunakan masih sederhana belum menggambarkan identitas produk	Memiliki media promosi yang lebih kuat melalui stiker, MMT dan katalog produk
Media Promosi	Belum memiliki media promosi digital secara aktif	Memiliki akun sosial media Instagram yang terkelola
Digital Marketing	Belum memiliki platform marketplace sebagai sarana penjualan digital	Memiliki sistem penjualan secara online pada marketplace Shopee

3.2.1. Pelaksanaan Pendampingan Perpanjangan Izin PIRT

Sebelum pelaksanaan pendampingan dilakukan, kondisi UMKM Jenang Mbak Dah masih menghadapi sejumlah keterbatasan dalam aspek pengelolaan legalitas usaha, khususnya terkait perpanjangan izin PIRT. Meskipun kegiatan produksi jenang dan wajik telah berjalan secara rutin dan memiliki pelanggan tetap, pengelolaan administrasi usaha belum menjadi prioritas utama. Pemilik usaha lebih berfokus pada proses produksi dan penjualan harian, sehingga informasi mengenai masa berlaku izin, prosedur perpanjangan, serta pembaruan persyaratan regulasi belum dipahami secara menyeluruh. Pada tahap awal, pelaku UMKM belum memahami secara menyeluruh mekanisme perpanjangan izin PIRT, baik dari segi persyaratan administratif maupun prosedur teknis yang harus dipenuhi. Kondisi ini menyebabkan proses perpanjangan izin belum dilakukan secara optimal, meskipun usaha telah berjalan dalam jangka waktu yang cukup lama.

Hasil pelaksanaan pendampingan perpanjangan izin PIRT pada UMKM Jenang Mbak Dah menunjukkan adanya peningkatan pemahaman pelaku usaha terhadap pentingnya legalitas usaha pangan sebagai bagian dari keberlanjutan usaha. Melalui kegiatan pendampingan, pelaku UMKM memperoleh pemahaman yang lebih komprehensif mengenai tahapan perpanjangan izin PIRT, mulai dari pengumpulan dokumen administrasi, pemenuhan persyaratan sanitasi dan higienitas, hingga prosedur pengajuan kepada instansi terkait. Selain itu, pendampingan juga menekankan pentingnya penerapan standar kebersihan dan keamanan pangan dalam proses produksi, seperti kebersihan lingkungan kerja, peralatan produksi, serta pengemasan produk. Penerapan aspek-aspek tersebut diharapkan dapat menunjang kelancaran proses perpanjangan izin sekaligus meningkatkan kualitas produk yang dihasilkan.

Kegiatan ini menunjukkan bahwa pendampingan legalitas usaha memiliki peran strategis dalam meningkatkan kesadaran dan kepatuhan pelaku UMKM terhadap regulasi pangan. Izin PIRT tidak hanya berfungsi sebagai persyaratan administratif, tetapi juga sebagai bentuk perlindungan konsumen dan jaminan mutu produk pangan yang beredar di masyarakat. Dengan adanya legalitas yang jelas, UMKM Jenang Mbak Dah memiliki peluang yang lebih besar untuk meningkatkan kepercayaan konsumen, memperluas akses pasar, serta memperkuat daya saing produk jenang dan wajik di tengah persaingan usaha sejenis.



Gambar 2. Proses perpanjangan P-IRT di MPP Kab.Semarang

3.2.2. Pendampingan Pencatatan Keuangan

Sebelumnya sistem pengelolaan keuangan pada UMKM Jenang Mbak Dah masih bersifat konvensional dan dilakukan berdasarkan kebiasaan sehari-hari. Pencatatan transaksi belum dilakukan secara konsisten dan sering kali hanya dicatat ketika dianggap perlu, tanpa format yang jelas dan terstruktur. Selain itu, belum terdapat pemisahan yang tegas antara modal usaha, hasil penjualan, dan kebutuhan rumah tangga, sehingga perputaran keuangan usaha sulit dipantau secara akurat. Kondisi tersebut menyebabkan pelaku usaha belum memiliki gambaran yang pasti mengenai posisi keuangan, tingkat keuntungan, maupun efisiensi biaya produksi. Situasi ini berpotensi menghambat perencanaan pengembangan usaha karena keputusan bisnis lebih banyak didasarkan pada perkiraan daripada data keuangan yang terdokumentasi dengan baik.

Melalui kegiatan pendampingan penataan pencatatan keuangan usaha menunjukkan adanya perubahan positif dalam sistem pembukuan UMKM Jenang Mbak Dah. Pendampingan yang dilakukan yaitu penyusunan ulang pembukuan sederhana yang meliputi pencatatan pemasukan dan pengeluaran usaha secara terpisah dan sistematis. Pelaku UMKM diberikan pemahaman mengenai pentingnya mencatat setiap transaksi usaha secara rutin, baik transaksi harian maupun periodik. Setelah pendampingan dilakukan, pelaku UMKM mulai menerapkan pencatatan keuangan secara lebih tertib, sehingga arus kas usaha dapat dipantau dengan lebih jelas dan terkontrol.

Kegiatan ini menunjukkan bahwa pencatatan keuangan yang sederhana namun teratur memiliki peran penting dalam mendukung keberlangsungan usaha UMKM. Dengan pembukuan yang lebih tertata, pelaku usaha memiliki dasar yang lebih kuat dalam pengambilan keputusan, seperti perencanaan produksi, pengelolaan modal, dan evaluasi kinerja usaha. Selain itu, pencatatan keuangan yang baik menjadi langkah awal menuju pengelolaan keuangan usaha yang lebih profesional serta dapat mendukung akses UMKM terhadap pembiayaan atau program pengembangan usaha di masa mendatang.



Gambar 3. Pendampingan pencatatan keuangan pada buku kas

3.2.3. Pembaruan Desain Logo, Pemasangan Media Promosi MMT, Dan Pembuatan Katalog Usaha

Dari sisi aspek identitas visual dan media promosi, UMKM Jenang Mbak Dah belum memiliki strategi branding yang terencana. Logo yang digunakan masih bersifat sederhana dan belum mencerminkan karakter produk secara kuat, sehingga kurang mampu membangun daya ingat konsumen terhadap merek. Selain itu, belum tersedia media promosi yang memadai di lokasi usaha, sehingga keberadaan usaha kurang terlihat dari kejauhan dan belum memiliki penanda visual yang jelas. Informasi mengenai varian produk dan harga juga masih disampaikan secara lisan kepada konsumen, sehingga belum terdokumentasi dalam bentuk katalog yang sistematis. Kondisi tersebut menyebabkan potensi promosi belum dimanfaatkan secara optimal dan citra usaha masih terkesan konvensional, meskipun kualitas produk yang dihasilkan telah memiliki daya saing di tingkat lokal.

Pembaruan desain logo, pemasangan media promosi MMT, dan pembuatan katalog usaha menunjukkan adanya peningkatan pada aspek identitas visual dan promosi UMKM Jenang Mbak Dah. Logo usaha yang sebelumnya masih sederhana diperbarui dengan desain yang lebih menarik dan mampu merepresentasikan karakter produk jenang dan wajik sebagai makanan tradisional. Pembaruan logo ini bertujuan untuk membangun identitas visual yang lebih kuat dan mudah dikenali oleh konsumen, baik pada kemasan produk maupun pada berbagai media promosi.

Selain pembaruan logo, pemasangan MMT dilakukan sebagai sarana promosi visual di lokasi usaha. MMT berfungsi sebagai media informasi sekaligus penanda usaha yang memudahkan konsumen dalam mengenali dan menemukan lokasi UMKM. Kegiatan ini menunjukkan bahwa keberadaan MMT membantu meningkatkan visibilitas usaha dan memberikan kesan usaha yang lebih tertata dan profesional. Di sisi lain, pembuatan katalog usaha memberikan kemudahan bagi pelaku UMKM dalam menyampaikan informasi produk kepada konsumen, mulai dari jenis produk, varian, hingga harga yang ditawarkan.

Hasil dari kegiatan ini menunjukkan bahwa penguatan identitas visual dan media promosi memiliki peran strategis dalam meningkatkan citra dan daya saing UMKM. Logo yang representatif, didukung dengan MMT dan katalog yang informatif, mampu meningkatkan nilai estetika produk serta membedakan produk dari pesaing sejenis. Kombinasi media promosi tersebut tidak hanya berfungsi sebagai alat pemasaran, tetapi juga sebagai sarana komunikasi yang efektif antara pelaku UMKM dan konsumen, sehingga berpotensi meningkatkan minat beli dan memperluas jangkauan pemasaran produk.



Gambar 4. Pemasangan MMT baru pada lokasi usaha Jenang Mbak Dah

3.2.4. Pendampingan Pembuatan Akun Sosial Media Sebagai Sarana Digital Marketing

UMKM Jenang Mbak Dah belum memanfaatkan platform digital sebagai sarana promosi dan komunikasi pemasaran. Strategi pemasaran masih berfokus pada penjualan langsung dan promosi dari mulut ke mulut di lingkungan sekitar. Pelaku usaha belum memiliki akun khusus yang merepresentasikan merek usaha di platform seperti Instagram, sehingga produk jenang dan wajik yang dihasilkan belum memiliki eksposur yang luas di ranah digital. Selain itu, keterbatasan

pemahaman mengenai penggunaan media sosial untuk kebutuhan bisnis menyebabkan peluang pemasaran online belum dimanfaatkan secara optimal.

Dengan implementasi pembuatan dan pendampingan akun Instagram menunjukkan bahwa UMKM Jenang Mbak Dah mulai memiliki sarana promosi digital yang dapat dimanfaatkan untuk memperkenalkan produk kepada masyarakat yang lebih luas. Dalam proses pendampingan, pelaku UMKM diberikan pemahaman dasar mengenai penggunaan Instagram, meliputi teknik pengunggahan foto produk, penulisan deskripsi atau keterangan produk secara sederhana, serta pemanfaatan fitur-fitur dasar seperti unggahan dan interaksi dengan pengguna. Hasil kegiatan menunjukkan bahwa pelaku UMKM mulai memahami fungsi media sosial tidak hanya sebagai sarana promosi, tetapi juga sebagai media untuk menyampaikan informasi produk dan membangun komunikasi dengan konsumen.

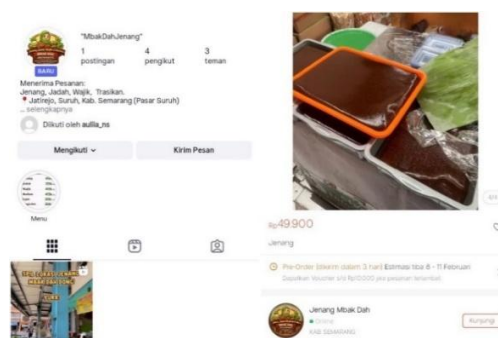
Hal ini menunjukkan bahwa pemanfaatan Instagram memberikan peluang yang signifikan bagi UMKM dalam menghadapi perkembangan pemasaran digital. Instagram dapat meningkatkan jangkauan pemasaran serta memperkuat hubungan antara pelaku usaha dan konsumen melalui komunikasi langsung. Namun demikian, pengelolaan akun media sosial secara konsisten masih menjadi tantangan, sehingga diperlukan pembiasaan dan pendampingan lanjutan agar akun Instagram dapat dikelola secara berkelanjutan dan memberikan dampak yang optimal bagi peningkatan penjualan dan citra usaha.

3.2.5. Pendampingan Pembuatan Marketplace Shopee

Selain itu UMKM Jenang Mbak Dah sebelumnya tidak memanfaatkan platform e-commerce sebagai saluran distribusi produk. Sistem penjualan masih dilakukan secara tatap muka dan berdasarkan pesanan langsung dari pelanggan tetap, sehingga jangkauan pemasaran relatif terbatas pada wilayah sekitar. Pelaku usaha juga belum memahami mekanisme transaksi daring, termasuk sistem pembayaran digital, pengemasan untuk pengiriman jarak jauh, serta prosedur pengiriman melalui jasa ekspedisi. Kondisi ini menyebabkan potensi perluasan pasar belum tergarap secara optimal, meskipun produk jenang dan wajik memiliki peluang untuk dipasarkan ke konsumen yang lebih luas.

Setelah pelaksanaan pembuatan dan pendampingan akun marketplace Shopee menunjukkan bahwa UMKM Jenang Mbak Dah mulai memasuki sistem penjualan berbasis online. Dalam proses pendampingan, pelaku UMKM diberikan pemahaman mengenai dasar penggunaan marketplace, meliputi pembuatan akun toko, pengunggahan foto dan deskripsi produk, penentuan harga, serta alur pemesanan dan pengiriman. Hasil kegiatan menunjukkan bahwa pelaku UMKM mulai memahami mekanisme transaksi online dan peran marketplace sebagai media penjualan yang praktis dan mudah diakses oleh konsumen dari berbagai wilayah.

Kegiatan ini menunjukkan bahwa pemanfaatan marketplace Shopee merupakan langkah strategis dalam memperluas jaringan pemasaran UMKM. Marketplace menyediakan akses pasar yang lebih luas, sistem transaksi yang terintegrasi, serta kemudahan dalam menjangkau konsumen di luar wilayah pemasaran konvensional. Namun demikian, tantangan yang masih dihadapi adalah konsistensi dalam pengelolaan toko online, sehingga diperlukan komitmen, pembelajaran, dan pendampingan lanjutan agar potensi penjualan online dapat dimaksimalkan secara berkelanjutan.



Gambar 5. Penggunaan sarana digital marketing

4. KESIMPULAN

Kegiatan Pengabdian kepada Masyarakat melalui pendampingan pada UMKM Jenang Mbak Dah di Desa Jatirejo menunjukkan bahwa pendekatan yang komprehensif dan berbasis kebutuhan mitra mampu memberikan solusi yang tepat terhadap berbagai permasalahan usaha. Pendampingan yang dilakukan mencakup aspek legalitas melalui perpanjangan P-IRT, pengelolaan keuangan melalui penyusunan pembukuan sederhana, penguatan identitas usaha melalui pembaruan logo dan media promosi, serta pengembangan pemasaran digital melalui pemanfaatan Instagram dan marketplace Shopee. Pelaksanaan program secara terpadu tersebut terbukti berkontribusi dalam meningkatkan kapasitas pelaku usaha dalam mengelola bisnis secara lebih sistematis, adaptif, dan profesional. Temuan ini menegaskan bahwa penguatan UMKM, khususnya berbasis makanan tradisional, akan lebih efektif apabila dilakukan secara menyeluruh dengan mengintegrasikan aspek manajerial, legalitas, dan pemasaran digital dalam satu strategi pemberdayaan. Sebagai tindak lanjut, keberlanjutan dampak kegiatan ini memerlukan komitmen pelaku usaha dalam menerapkan pencatatan keuangan secara konsisten, mengelola media digital secara berkelanjutan, serta memanfaatkan legalitas usaha untuk meningkatkan kepercayaan konsumen. Selain itu, pengembangan inovasi produk dan strategi pemasaran perlu terus disesuaikan dengan dinamika pasar. Model pendampingan yang diterapkan dalam kegiatan ini memiliki potensi untuk direplikasi pada UMKM sejenis sebagai upaya peningkatan daya saing dan kemandirian usaha secara berkelanjutan.

UCAPAN TERIMA KASIH

Ucapan terima kasih ditujukan kepada: (1) Sekolah Tinggi Ilmu Ekonomi "Ama" Salatiga yang telah memberikan dukungan program Kuliah Praktik Perberdayaan Masyarakat (KPPM), (2) Pemerintah Desa Jatirejo Suruh yang telah menerima program Kuliah Praktik Perberdayaan Masyarakat (KPPM) dalam upaya peningkatan UMKM, (3) Pemilik UMKM Jenang Mbak Dah yang telah menerima dan bersedia menjadi objek dalam Kuliah Praktik Perberdayaan Masyarakat (KPPM).

DAFTAR PUSTAKA

- Hidayat, R., Maulana, A., & Sari, D. . (2021). Permasalahan dan Strategi Pengembangan UMKM pangan Tradisional di Wilayah Pedesaan. *Jurnal Ekonomi Dan Pembangunan Daerah*, 2(19), 145–156.
- Lestari, N. ., & Utami, S. . (2023). Analisis Daya Saing UMKM Berbasis Produk Lokal Melalui Inovasi Kemasan. *Jurnal Manajemen Kewirausahaan*, 1(25), 68–79.
- Pratiwi, R., & Lestari, I. (2022). Makanan Tradisional Sebagai Penggerak Ekonomi dan Pelestarian Budaya Lokal. *Jurnal Sosial Humaniora*, 1(15), 55–65.
- Sarwoto, S., Wulandari, D., & Pranata, R. (2025). Strategi Pemasaran Digital UMKM Pangan Tradisional Berbasis Media Sosial. *Jurnal Manajemen Pemasaran*, 1(19), 45–46.
- Wibowo, A., Kusuma, D. ., & Amalia, R. (2024). Keberlanjutan UMKM terhadap Pertumbuhan Ekonomi Daerah. *Jurnal Studi Pembangunan*, 1(6), 21–32.
- Yuswono, I., Turmudi, A., Ristianawati, Y., & Salim, N. (2024). Inovasi Kemasan Produk Sebagai Strategi Pemberdayaan UMKM. *Jurnal Peduli Masyarakat*, 2(13), 134–143.

Halaman ini dikosongkan