

PENGEMBANGAN UMKM MELALUI DIGITAL MARKETING DI DESA NGAMPEL BOJONEGORO

Ari Kuntardina ¹⁾, Dina Alafi Hidayatin ²⁾, Latifah Anom ³⁾, Hadfiza Nash'ul Amrina ⁴⁾, Eka Adiputra ⁵⁾,
Dewi Rochmayanti ⁶⁾

STIE. Cendekia Bojonegoro ^{1), 2), 3), 4), 5), 6)}

E-mail: gathfanfaris@gmail.com¹⁾

Abstrak

Banyak Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah (UMKM) memiliki produk makanan kecil yang memiliki rasa dan tampilan menarik akan tetapi memiliki kendala dalam penjualan. Seperti halnya UMKM Desa Ngampel yang masih belum maksimal karena kurangnya pemahaman pelaku UMKM dalam memanfaatkan media sosial dan internet untuk memasarkan produk secara online. Pengabdian Masyarakat STIE. Cendekia Bojonegoro dilaksanakan di Desa Ngampel, kecamatan Kapas, Kabupaten Bojonegoro. Sasaran dari Tim Pengabdian masyarakat adalah pelaku UMKM di Desa Ngampel. Tujuan dari kegiatan pengabdian masyarakat adalah memberikan pengetahuan dan pemahaman pentingnya digital marketing serta pendampingan pada saat penggunaan media sosial sebagai peluang pengembangan pemasaran usaha. Pengembangan UMKM menjadi salah satu prioritas strategis untuk mendorong pertumbuhan ekonomi lokal. Dengan memanfaatkan digital marketing, UMKM dapat menjangkau pasar yang lebih luas, meningkatkan daya saing produk, serta mempercepat proses pemasaran. Program digitalisasi mencakup pelatihan pengelolaan toko online, optimalisasi media sosial, dan pemanfaatan platform e-commerce. Langkah ini diharapkan tidak hanya mendorong pendapatan UMKM, tetapi juga meningkatkan kesadaran masyarakat akan potensi produk lokal.

Kata kunci: UMKM, digital marketing, Desa Ngampel.

MSME Development Through Digital Marketing in Ngampel Village, Bojonegoro**Abstract**

Many Micro, Small, and Medium Enterprises (MSMEs) have products that are appealing in taste and appearance but face challenges in sales. This is also the case for the MSMEs Enterprises in Ngampel Village, which are still not optimal due to the lack of understanding among MSMEs Enterprises administrators in utilizing social media and the internet to market products online. Community service by STIE Cendekia Bojonegoro is conducted in Ngampel Village, Kapas District, Bojonegoro Regency. The target of the community service team is the MSMEs Enterprises administrators in Ngampel. The aim of the community service activity is to provide knowledge and understanding of the importance of digital marketing and assistance during the use of social media as an opportunity for business marketing development. The development of MSMEs has become one of the strategic priorities to encourage local economic growth. By utilizing digital marketing, MSMEs can reach a wider market, enhance product competitiveness, and accelerate the marketing process. The digitization program includes training in online store management, social media optimization, and the utilization of e-commerce platforms. This step is expected to not only boost the revenue of MSMEs but also raise public awareness of the potential of local products.

Keywords: MSMEs, digital marketing, Ngampel Village.

A. PENDAHULUAN

Desa Ngampel terletak di Kecamatan Kapas, Kabupaten Bojonegoro, Provinsi Jawa Timur. Sebagai salah satu desa di wilayah Bojonegoro, Desa Ngampel memiliki posisi strategis dengan akses yang relatif dekat ke pusat kota Bojonegoro. Desa ini berada di daerah yang dikelilingi oleh lahan pertanian subur, menjadikannya salah satu wilayah dengan potensi agraris yang tinggi. Secara historis, Desa Ngampel merupakan bagian dari wilayah yang berkembang melalui sektor pertanian dan perkebunan. Kehidupan masyarakatnya didominasi oleh aktivitas agraris seperti bercocok tanam padi, jagung, dan tanaman hortikultura lainnya. Selain itu, desa ini juga memiliki potensi dalam pengelolaan hasil bumi, seperti usaha mikro kecil menengah (UMKM) berbasis produk lokal.

Dalam hal sosial dan budaya, masyarakat Desa Ngampel dikenal menjunjung tinggi nilai-nilai gotong royong dan tradisi lokal. Berbagai kegiatan adat dan keagamaan sering dilaksanakan sebagai bentuk pelestarian budaya serta memperkuat hubungan antarwarga. Dari segi infrastruktur, Desa Ngampel telah mengalami perkembangan yang cukup signifikan, dengan pembangunan jalan desa, fasilitas umum, dan akses terhadap layanan pendidikan dan kesehatan. Namun, masih terdapat tantangan yang perlu diatasi, seperti optimalisasi sumber daya manusia (SDM) dan pengembangan ekonomi berbasis potensi lokal. Dengan adanya program-program pembangunan yang terus digalakkan oleh pemerintah daerah dan partisipasi aktif masyarakat, Desa Ngampel memiliki peluang besar untuk menjadi desa mandiri yang berdaya saing, baik di tingkat lokal maupun regional. Desa Ngampel memiliki beberapa Usaha Mikro Kecil Menengah (UMKM) yang bergerak dibidang makanan. Kondisi UMKM Desa Ngampel saat ini berkembang cukup baik dilihat dari jumlah produksi dan permintaan pasar yang selalu naik, UMKM memegang peranan penting dan strategis dalam membangun perekonomian, selain membantu pertumbuhan ekonomi keberadaan UMKM juga membantu dalam menyerap tenaga kerja di Desa Ngampel.

Desa Ngampel dikenal sebagai salah pusat produksi minyak di Indonesia, Keberadaan fasilitas PT Pertamina di Desa Ngampel tidak hanya mendukung kegiatan eksplorasi dan produksi migas di wilayah Bojonegoro, tetapi juga berkontribusi pada pembangunan ekonomi lokal. PT. Pertamina di Desa Ngampel menjalankan berbagai fungsi operasional, termasuk penyimpanan, pengolahan, dan distribusi energi, yang mendukung kebutuhan energi nasional. Selain itu, perusahaan ini juga berperan aktif dalam program-program tanggung jawab sosial perusahaan (CSR) untuk meningkatkan kesejahteraan masyarakat setempat, seperti pengembangan pendidikan, kesehatan, dan pemberdayaan ekonomi.

Sebagai bagian dari komunitas lokal, PT Pertamina terus menjaga hubungan harmonis dengan masyarakat sekitar melalui pendekatan berbasis lingkungan dan pemberdayaan masyarakat. Hal ini dilakukan untuk memastikan operasi yang berkelanjutan dan berkontribusi pada pembangunan daerah yang berkelanjutan. Salah satu program CSR pengembangan yang diberikan Pertamina untuk Desa Ngampel adalah bantuan usaha kelompok UMKM yang bergerak dibidang makanan ringan.

Adapun peluncuran program UMKM Ampel Apik dilaksanakan di Balai Desa Ngampel pada hari jumat, 21 januari 2022, UMKM Ampel Apik resmi di pasarkan bebearapa produksi makanan ringan yaitu ada 4 macam diantaranya, kripik Tempe, Banana Crunch, Kripik Umbi dan Usus Crispy.

Bu siti adalah salah satu penggerak kelompok UMKM Ampil Apik yang dipercaya oleh rekan kelompoknya dalam segi pemasaran, kunjungan industri dll. Bu siti selaku ketua Bumdesma Desa Ngampel juga memilikir relasi yang banyak untuk penjualan produk. Adapun UMKM milik masyarakat desa ngampel salah satunya milik Pak Ja'im yang berfokus pada pembuatan kripik tempe mengolah mulai dari bahan mentah hingga pemasaran, selain pembuatan kripik tempe Pak Ja'im juga memfasilitasi pelaku UMKM lokal Desa Ngampel maupun diluar Desa Ngampel untuk membantu pemasarannya, produk Pak Ja'im juga sudah memiliki sertifikasi halal dan perizinan Produk Industri Rumah Tangga (P-IRT). Produk Pak Ja'im saat ini sudah memiliki label nama yaitu SNACKEM Lek Ja'im.

Permasalahan yang dihadapi antara lain sebagai berikut, kurangnya Pengetahuan pemasaran UMKM tentang strategi pemasaran modern, seperti pemasaran digital dan media sosial, terdapat UMKM yang sudah berjalan namun belum memiliki akun bisnis untuk mempromosikan usahanya, kesulitan dalam mengelola laporan keuangan, kurangnya jaringan yang luas untuk berkolaborasi dengan industri lain, terdapat UMKM yang tidak memiliki rencana pemasaran yang jelas dan terukur, sehingga sulit mengevaluasi keberhasilan strategi.



Gambar 1. Pembukaan Pengabdian Masyarakat di Desa Ngampel, Kecamatan Kapas, Kabupaten Bojonegoro

B. METODE PELAKSANAAN

1. Kegiatan dan Pelaksanaan

Kegiatan ini merupakan rangkaian kegiatan pengabdian kepada masyarakat yang dilaksanakan oleh Tim Pengabdian Masyarakat STIE. Cendekia Bojonegoro (STIEKIA).

2. Waktu dan Tempat Pengabdian kepada masyarakat

Waktu pelaksanaan program pengabdian masyarakat dilaksanakan mulai Hari Senin tanggal 2 Desember 2024 sampai dengan Hari Jumat tanggal 20 Desember 2025. Tempat kegiatan pengabdian kepada masyarakat di Desa Ngampel, Kecamatan Kapas, Kabupaten Bojonegoro.

3. Mitra/Subjek Pengabdian

Mitra kegiatan Pengabdian Masyarakat STIE. Cendekia Bojonegoro (STIEKIA) pada program ini adalah Kepala Desa Ngampel beserta perangkat desa, UMKM Ampel Apik dan SNACKEM Lek Ja'im dan Bumdes Desa Ngampel yang menjadi wadah UMKM Desa Ngampel.

4. Prosedur

Prosedur pelaksanaan program pendampingan UMKM di Desa Ngampel, Kecamatan Kapas, Kabupaten Bojonegoro adalah sebagai berikut:



Prosedur pelaksanaan pendampingan Pengembangan Usaha Mikro Kecil Menengah (UMKM) adalah sebagai berikut:

- a. Survey, melakukan kunjungan pada UMKM Ampel Apik dan UMKM SNACKEM Lek Ja'im. Tim pendamping dari Program Pengmas STIEKIA, melakukan diskusi dengan pengelola UMKM mengenai hambatan pengembangan penjualan produk-produk dari UMKM. Pemasaran produk-produk makanan ringan atau cemilan selama ini dilakukan secara konvensional. Pemasaran model tradisional terkendala oleh batasan wilayah dalam pemasaran, karena itu salah satu alternatif pemecahan masalah adalah menggunakan pemasaran modern. Kemudahan dalam berkomunikasi dan transaksi menjadi pemecahan masalah yang bisa dilakukan dengan digital marketing. Penggunaan *digital marketing* mempermudah akses setiap saat tanpa menunggu toko buka. Akses yang dimaksud adalah akses untuk melihat

produk-produk yang dipasarkan, kemudahan memesan dan membandingkan antara produk satu dengan produk lain. Solusi yang diberikan adalah membantu pelaku UMKM untuk aktif di dunia digital dengan memanfaatkan media sosial Instagram.

- b. Persiapan pelaksanaan kegiatan, persiapan yang dilakukan antara lain pembuatan perencanaan. Kegiatan awal yang merupakan bagian dari persiapan adalah membuat perijinan pada Bumdes yang menjadi wadah UMKM Desa Ngampel dan meminta izin pada UMKM untuk pembuatan konten. Konten adalah Informasi berbentuk gambar atau video pada instagram. Metode yang digunakan adalah *Catalog Photo Product*. Metode tersebut menampilkan dan mempromosikan produk dalam bentuk visual dan memberikan gambaran yang jelas terhadap produk sehingga calon pembeli dapat melihat detail dan kualitas produk UMKM Ampel apik dan SNACKEM. Selain itu juga menggunakan metode endorsement. Metode endorsement adalah strategi pemasaran di mana seseorang *public figure* atau selebriti mempromosikan produk kepada audiens mereka. Sebelum adanya kesepakatan dengan selebgram lokal, pembuatan konten diisi dengan pengurus UMKM dan anggota tim pengmas STIEKIA.
- c. Pelaksanaan kegiatan, meliputi pembuatan konten produk UMKM, membantu pembuatan laporan keuangan UMKM. Disela-sela kegiatan tersebut, tim juga melaksanakan workshop pembuatan batik untuk anggota PKK Desa Ngampel serta melakukan pelatihan pencatatan laporan keuangan bagi pengelola UMKM.
- d. Monitoring dan evaluasi, mengadakan rapat evaluasi dengan seluruh anggota tim. Selain itu, rapat evaluasi juga dilaksanakan bersama kepala desa dan anggota Karang Taruna Desa Ngampel.
- e. Pelaporan hasil kegiatan pendampingan oleh Tim Pengabdian Masyarakat STIEKIA.

C. HASIL DAN PEMBAHASAN

Permasalahan yang dialami oleh UMKM Ampel apik dan SNACKEM adalah pemasaran produk makanan ringan yang mereka hasilkan. Penyebab permasalahan yang dihadapi antara lain sebagai berikut, kurangnya Pengetahuan pemasaran UMKM tentang strategi pemasaran modern, seperti pemasaran digital dan media sosial. Produksi dan penjualan UMKM Ampel apik dan SNACKEM sudah berjalan namun belum memiliki akun bisnis untuk mempromosikan usahanya. Mereka juga mengalami kesulitan dalam mengelola laporan keuangan dan tidak memiliki rencana pemasaran yang jelas dan terukur, sehingga sulit mengevaluasi keberhasilan strategi.

Solusi untuk permasalahan yang dihadapi antara lain adalah mengenalkan dan mengajarkan pelaku UMKM dengan Media Sosial agar bisa mengikuti kemajuan teknologi, supaya mereka bisa memperluas penjualan produk-produknya. Tim Pengabdian Masyarakat juga

memperkenalkan strategi pemasaran modern, terutama pemasaran digital, untuk meningkatkan pemahaman pelaku UMKM.

Digital marketing dapat diartikan sebagai kegiatan pemasaran atau promosi suatu merk atau brand yang dilakukan melalui media sosial. Pelaku UMKM Desa Ngampel masih belum sepenuhnya memahami cara memasarkan barang melalui media sosial, sehingga dalam pemasaran mereka hanya mengandalkan berjualan secara langsung atau menitipkan produknya ke toko atau minimarket terdekat. Hal ini yang membuat kami bergerak mendampingi serta mengajarkan melalui digital marketing pada seluruh UMKM di Desa Ngampel, dari kegiatan ini diharapkan dapat menjangkau pasar yang lebih luas, baik di pasar lokal, nasional maupun internasional. Beralihnya sistem pemasaran yang konvensional menjadi pemasaran modern sudah dilakukan secara perlahan oleh UMKM Lek Jaim dan UMKM Bu Siti Ampel Apik. Walaupun tidak semua anggotanya mengetahui cara pemasaran digital, sedangkan anggota yang sudah mengetahui belum sepenuhnya memahami. Kemudahan dalam berkomunikasi dan transaksi menjadi andalan dari digital marketing untuk diakses setiap waktu yang membantu untuk melihat serta memudahkan untuk mendapatkan informasi yang berkaitan dengan produk yang ada di internet sehingga memberikan konsumen kemudahan memesan dan membandingkan antara produk.

Kendala dalam implementasinya, salah satu kendalanya adalah para pelaku UMKM belum mengerti sepenuhnya akan manfaat dunia digital marketing untuk pemasaran. Namun, saat ini dunia digital sudah mulai dilirik dalam pemanfaatan digital marketing khususnya untuk kalangan bisnis dikarenakan adanya perubahan perilaku konsumen dari yang sebelumnya berbelanja secara offline sekarang online. Tim Pengmas STIEKIA membantu para pelaku UMKM untuk aktif di dunia digital dengan memanfaatkan media sosial yakni Instagram. Wadah untuk memberikan layanan melalui jejaring sosial dalam berbagi cerita dengan gambar digital yang berbasis internet dan menjadi sarana dalam berjualan online.

Informasi yang berbentuk gambar atau video pada instagram disebut konten. Dalam pembuatan Konten Foto, kami menggunakan metode catalog photo produk untuk menampilkan dan mempromosikan produk dalam bentuk visual dan memberikan gambaran yang jelas terhadap produk sehingga calon pembeli dapat melihat detail dan kualitas dari produk UMKM SNACKEM dan juga produk UMKM Bu Siti Ampel Apik. Kemudian dalam pembuatan Konten Video kami menggunakan metode Endorsemen yang dilakukan oleh tim promosi. Posisi dari konten itu sendiri berada di atas dari teks maupun pengisian suara pada video tersebut, sehingga dapat menarik para konsumen. Sebelum mengunggah konten, para pelaku UMKM diajarkan membuat caption sebagai pelengkap dari foto atau video yang di unggah dalam akun Instagram.

Tim Pengmas STIEKIA pada tahun 2024 juga melakukan pendampingan pada UMKM Anis Snack di Desa Ngradin, Kecamatan Padangan, Kabupaten Bojonegoro dengan tujuan mengembangkan penjualan produk Anis Snack melalui digital marketing (Kuntardina dkk, 2024).

Pada saat itu juga dilaksanakan workshop untuk proses pengajuan pendaftaran merek dari produk UMKM. Dalam program pengabdian masyarakat ini tidak dilaksanakan workshop tersebut, karena UMKM di Desa Ngampel sudah mendapatkan pendampingan pendaftaran merek dari program Corporate Social Responsibility (CSR) PT. Pertamina. Mereka sudah memiliki merek yang terdaftar pada saat pelaksanaan program pengabdian masyarakat dilaksanakan di Desa Ngampel. Bahkan kemasan dari produk UMKM di Desa Ngampel sudah bagus dan menarik. Program pelatihan pemasaran secara on-line telah banyak dilaksanakan, seperti yang dilaksanakan Suharnanik dkk (2021) yang melakukan pendampingan pada UMKM Kerupuk Cak Makin. Widaryanti dkk (2021) melakukan pendampingan digital marketing pada keripik ikan wader rawa dengan merek Kriwakz. Sedangkan Jayengsari (2021) mendampingi pemasaran pelaku usaha keripik pisang usaha rumahan, Ramadhan dan Hakim (2023) juga mendampingi usaha keripik pisang yang sudah dalam wadah UMKM.



Gambar 2. Produk-produk yang Dihasilkan UMKM di Desa Ngampel

Selain itu, untuk merapikan administrasi keuangan UMKM Ampel apik dan SNACKEM, tim membantu UMKM menyusun laporan keuangan yang sederhana dan mudah dipahami, seperti laporan laba rugi dan neraca dasar. laporan keuangan merupakan elemen penting dalam pengelolaan usaha Mikro, Kecil, dan Menengah (UMKM). Melalui pencatatan yang baik, pelaku UMKM dapat memonitor kondisi keuangan, mengukur kinerja bisnis, dan membuat keputusan strategis untuk pengembangan usaha. Sayangnya, banyak pelaku UMKM yang masih mengabaikan pentingnya laporan keuangan, baik karena keterbatasan pengetahuan maupun sumber daya.

Pelatihan Pencatatan Laporan Keuangan dan bimbingan, diharapkan dapat membantu pelaku UMKM Desa Ngampel sebagai mitra dalam pengabdian masyarakat. Pencatatan laporan keuangan bukan hanya kewajiban, tetapi juga investasi bagi keberlanjutan usaha UMKM. Dengan pengelolaan keuangan yang baik, UMKM dapat tumbuh lebih sehat, kompetitif, dan siap menghadapi tantangan pasar. Oleh karena itu, pelaku UMKM harus mulai membiasakan diri

untuk mencatat dan menyusun laporan keuangan secara teratur, baik secara manual maupun digital.

Tim pengabdian masyarakat juga mengadakan workshop pewarnaan batik untuk ibu-ibu PKK yang bekerja sama dengan Batik Seto. Secara etimologi, istilah batik berasal dari bahasa Jawa, yaitu *ambatik*. *Amba* artinya kain yang lebar, sedangkan kata *titik* atau *matik* dalam bahasa Jawa merupakan kata kerja yang artinya membuat titik. Jadi batik adalah titik-titik yang digambar pada media kain yang lebar sehingga menghasilkan pola-pola yang indah. Batik bukan hanya seni yang indah, tetapi juga mewakili warisan budaya yang berharga dan memiliki nilai ekonomi yang besar. Workshop batik ini menjadi langkah penting untuk meningkatkan keterampilan dan kreativitas dalam membatik, serta upaya untuk melestarikan budaya Indonesia. Di Desa Ngampel, Kecamatan Kapas, Kabupaten Bojonegoro, terdapat potensi besar untuk mengembangkan keterampilan membatik di kalangan ibu-ibu PKK. Batik Seto, sebagai salah satu pusat produksi batik berkualitas akan berperan sebagai mitra strategis dalam pelaksanaan workshop ini. Batik Seto akan menyediakan tenaga ahli serta alat dan bahan baku untuk membatik yang akan dilaksanakan ibu-ibu PKK. Melalui workshop, diharapkan dapat meningkatkan keterampilan baru dalam seni dan kerajinan secara kreatif. Tidak hanya itu, dengan diadakannya workshop dapat mengedukasi kelompok PKK tentang pentingnya melestarikan budaya dan tradisi lokal.



Gambar 3. Pelatihan Pembuatan Batik

D. SIMPULAN

Pelaksanaan pendampingan oleh Tim Pengabdian Masyarakat STIEKIA pada UMKM Ampel apik dan SNACKEM dengan pemasaran menggunakan metode media sosial terlaksana dengan baik dan lancar. Luaran dari kegiatan ini adalah adanya peningkatan pengetahuan dan keterampilan pelaku UMKM Ampel apik dan SNACKEM dalam pengelolaan media sosial, pembuatan dan pemanfaatan akun media sosial yang efektif, peningkatan branding UMKM, peningkatan popularitas produk melalui endorsment dan adanya peningkatan penjualan para pelaku UMKM.

E. UCAPAN TERIMA KASIH

Ucapan terima kasih disampaikan kepada Kepala Desa Ngampel, Kecamatan Kapas, Kabupaten Bojonegoro. Selain itu, ucapan terima kasih diucapkan ibu-ibu penggerak PKK Desa Ngampel, beserta para pemuda Karang Taruna Desa Ngampel yang telah banyak membantu pelaksanaan program ini.

F. DAFTAR PUSTAKA

- Jayengsari, R. (2021). Branding Dalam Strategi Marketing Keripik Pisang Pada Pelaku Usaha Rumahan. *Journal of Empowerment*, 2(1), 111. <https://doi.org/10.35194/je.v2i1.1232>.
- Kuntardina, A., Anom, L., & Rochmayanti, D. (2024). Pengembangan “Anis Snack” Melalui Digital Marketing dan Media Sosial. *Buletin Abdi Masyarakat*, 5(1), 37–44. DOI: <http://dx.doi.org/10.47686/bam.v5i1>
- Ramadhan, A. Y., & Hakim, A. (2023). Implementasi Digital Marketing Pada Umkm Keripik Pisang Desa Gempolkarya. *Abdima Jurnal*, 2(1), 711–718. <https://journal.ubpkarawang.ac.id/index.php/AJPM/article/view/3655%0Ahttps://journal.ubpkarawang.ac.id/index.php/AJPM/article/download/3655/2440>.
- Suharnanik, Sufaidi, A., & Harianto, S.T.B., (2020). Peningkatan Usaha “Kerupuk Cak Makin” di Kabupaten Mojokerto (Pengabdian Kepada Masyarakat Untuk Pendampingan Usaha Mikro Kecil dan Menengah). *Buletin Abdi Masyarakat*. Vol. 2 (No.1), halaman 33-39.
- Widaryanti, Luhglatno, & Widowati, M. (2020). *Digital marketing* Kekinian Bagi UMKM Kriwakz Keripik Ikan Wader Rawa Salatiga. *Buletin Abdi Masyarakat*. Vol. 2 (No.1), halaman 60-65.
- Wijanarko, K. D., Sarwido, Sugiarti, M. I., Erdiyansyah, M. I., & Darnoto. (2022). Pemanfaatan Digital Marketing dan Penerapan Branding Kemasan dalam Pengembangan UMKM Kripik Tempe Saginah Desa Suwawal. *Jurnal Pengabdian Kepada Masyarakat*, 1(1), 89–94.