



Pentingnya Penerapan *Digital Marketing* dan Penguatan UMKM (Studi Kasus Pada Dusun Dawungan dan Dadapan di Desa Ngadirejo)

Muhammad Agustian Sakha¹, Hironimus Steven Permana², Faiz Nawawi³,
Galang Adipura⁴, Dwi Puji Haryanto⁵, Luwes Dwi Triani⁶,
Malkah Melia Oktaviana⁷, Almaas Raaffina Putri⁸,
Zahra Aulia⁹, Audya Mulia Nurfadilah¹⁰
¹⁻¹⁰ Universitas Tidar, Indonesia

ssakha238@gmail.com¹, hironimussteven4@gmail.com², fnawawi05@gmail.com³,
galangadipura223@gmail.com⁴, hdwi46772@gmail.com⁵, luwestriani@gmail.com⁶,
malkahmeliao2@gmail.com⁷, almaasraaffinaputri@gmail.com⁸,
zahraaulia345@gmail.com⁹, audyamulia@gmail.com¹⁰

Article History:

Received: Januari 31, 2024;

Revised: Januari 20, 2025;

Accepted: Februari 07, 2025;

Online Availabe: Februari 12, 2025;

Keywords: MSMEs, Digital Marketing, Halal Certification, Business Identification Number, Business Strengthening.

Abstract: The community service program conducted by the KKN II Team of Ngadirejo Village aims to overcome marketing problems in businesses through digital marketing socialization and strengthening MSMEs in Dawungan and Dadapan Hamlets, Ngadirejo Village. This activity includes two main methods, namely digital marketing socialization to help MSME players expand market reach and increase competitiveness through digital platforms, as well as assistance in obtaining halal certification and Business Identification Number (NIB) to strengthen business legality. The results of the activities show that this program has a positive impact on increasing the understanding of MSME players in utilizing digital technology and gaining wider access to the market. With halal certification and NIB, MSMEs also get better legal certainty and opportunities to develop in a more competitive business sector.

Abstrak

Program pengabdian masyarakat yang dilakukan oleh Tim KKN II Desa Ngadirejo bertujuan untuk mengatasi permasalahan pemasaran dalam usaha melalui sosialisasi digital marketing dan penguatan UMKM di Dusun Dawungan dan Dadapan, Desa Ngadirejo. Kegiatan ini mencakup dua metode utama, yaitu sosialisasi digital marketing untuk membantu pelaku UMKM memperluas jangkauan pasar dan meningkatkan daya saing melalui platform digital, serta pendampingan dalam pengurusan sertifikasi halal dan Nomor Induk Berusaha (NIB) untuk memperkuat legalitas usaha. Hasil kegiatan menunjukkan bahwa program ini memberikan dampak positif terhadap peningkatan pemahaman pelaku UMKM dalam memanfaatkan teknologi digital dan memperoleh akses lebih luas ke pasar. Dengan adanya sertifikasi halal dan NIB, UMKM juga mendapatkan kepastian hukum yang lebih baik serta peluang untuk berkembang di sektor bisnis yang lebih kompetitif.

Kata Kunci: UMKM, Digital Marketing, Sertifikasi Halal, Nomor Induk Berusaha, Penguatan Usaha.

1. PENDAHULUAN

Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah atau disingkat sebagai (UMKM) didefinisikan sebagai suatu keberlangsungan usaha yang dipeloporkan dapat memenuhi kebutuhan hidup dalam perekonomian (Rohmayanti et al., 2023). Keberlangsungan UMKM dapat mempengaruhi komponen internal dan komponen eksternal untuk menjaga stabilitas keuangan seseorang ataupun masyarakat. UMKM memiliki peranan penting dalam meningkatkan

kesejahteraan dengan tujuan untuk memenuhi aspek keuangan, mengurangi tingkat pengangguran, dan memenuhi keinginan masyarakat (Undari & Lubis, 2021).

Desa Ngadirejo merupakan salah satu desa yang terletak di Kecamatan Salaman, Kabupaten Magelang, Provinsi Jawa Tengah. Desa ini terbagi menjadi sebelas dusun yang berbeda yaitu Dusun Ngadiwongso, Dusun Dadapan, Dusun Dawungan, Dusun Rejosari, Dusun Pete, Dusun Pendem, Dusun Diri, Dusun Jetis, Dusun Bawang Pongangan, Dusun Karang dan Dusun Randusari. Berdasarkan target sasaran, Tim KKN II Desa Ngadirejo berkesempatan untuk melakukan survei dan analisis kepada pelaku UMKM di Dusun Dawungan dan Dadapan terkait jenis usaha, permasalahan yang dihadapi selama berusaha menjual produk, dan sejauh mana kontribusi pelaku terhadap *digital marketing*. Daftar para pelaku UMKM terkait jenis usaha yang diperjualkan terlihat pada Tabel 1.

Tabel 1. Jenis Usaha Pelaku UMKM Dusun Dawungan dan Dadapan

Pelaku UMKM	Jenis Usaha
Pelaku A	Gula Kelapa
Pelaku B	Intip Goreng
Pelaku C	Intip Goreng
Pelaku D	Rengginang
Pelaku E	Rempeyek
Pelaku F	Kerupuk Rambak
Pelaku G	Lukisan Kaligrafi
Pelaku H	Lukisan Kaligrafi
Pelaku I	Catering Makanan
Pelaku J	Rajut <i>Handycraft</i>
Pelaku K	Kue Lapis
Pelaku L	Bingkisan Hadiah
Pelaku M	Es Teh
Pelaku N	Cendol Dawet
Pelaku O	Risol Mayo

Sumber: Data Lapangan (2025)

Berdasarkan daftar UMKM diatas, permasalahan yang dapat ditemukan pertama, kurangnya pemahaman dalam pemasaran secara luas. Banyak pelaku UMKM menghadapi kendala dalam memahami strategi pemasaran modern yang efektif. Hal tersebut disebabkan oleh kurangnya pengetahuan terkait pemasaran dan keterbatasan kemampuan untuk menjangkau pasar yang lebih luas. Kedua, bahan baku yang tinggi. Kenaikan harga bahan baku sering menjadi kendala bagi pelaku UMKM. Hal tersebut disebabkan oleh fluktuasi harga di pasar. Biaya bahan baku yang tinggi berdampak langsung pada harga jual produk, sehingga daya beli konsumen menurun dan mempengaruhi margin keuntungan. Ketiga, kemasan produk

yang kurang menarik. Banyak pelaku UMKM belum memprioritaskan desain kemasan yang menarik karena keterbatasan modal atau kurangnya pengetahuan tentang pentingnya *branding*.

Negara Indonesia berada dalam masa perubahan industri 4.0, di mana kemajuan industri sangat bergantung pada inovasi digital. Semua sektor, termasuk UMKM, diharapkan dapat memanfaatkan kondisi tersebut dengan sebaik-baiknya. Peran digital memiliki dinamika tersendiri dengan memajukan UMKM supaya tetap kompetitif dan berkembang. Selain itu, penerapan strategi pemasaran digital menjadi peluang utama bagi UMKM dalam menghadapi masa perubahan industri 4.0 (Irfani et al., 2020).

Di era sekarang, pelaku UMKM sebaiknya memanfaatkan digital sebagai salah satu strategi pemasaran dengan tujuan supaya produk mudah dikenal oleh konsumen. UMKM yang aktif menggunakan digital seperti media sosial, *e-commerce*, dan website cenderung memperoleh keuntungan usaha yang lebih besar, baik dari aspek pendapatan, inovasi, dan daya saing (Wardhana, 2015). Berdasarkan hasil survei, rata-rata UMKM belum memanfaatkan teknologi informasi, khususnya dalam media digital.

Seiring berkembangnya ekonomi kreatif dan potensi desa, keberadaan sertifikasi halal dan nomor induk berusaha menjadi semakin krusial, terutam bagi UMKM. Kepastian hukum yang diberikan melalui Jaminan Produk Halal (JPH) membuka peluang lebih luas bagi produk bersertifikat halal (Nadya et al., 2023). Selain itu, adanya peningkatan kesadaran konsumen terhadap pentingnya sertifikasi halal dan legalitas usaha, UMKM akan memiliki keunggulan kompetitif yang lebih tinggi dan mampu bertahan di tengah persaingan pasar.

Berdasarkan permasalahan diatas tujuan adanya pengabdian kepada masyarakat di Desa Ngadirejo, Salaman. Tim KKN II Desa Ngadirejo melakukan upaya program kerja terkait **“Pentingnya Penerapan *Digital Marketing* dan Penguatan UMKM (Studi Kasus Pada Dusun Dawungan dan Dadapan di Desa Ngadirejo)”**

2. METODE

Lokasi Pelaksanaan Pengabdian

Pengabdian kepada masyarakat didasarkan pada program kerja unggulan dengan tema “Pentingnya Penerapan *Digital Marketing* dan Penguatan UMKM” yang diselenggarakan pada periode II tahun 2024 (06 Januari – 07 Februari 2025) yang berlokasi di Desa Ngadirejo, Kecamatan Salaman, Kabupaten Magelang.

Peserta

Kegiatan ini melibatkan beberapa pihak-pihak penting seperti dosen pemimbing lapangan, perangkat desa (kepala desa dan kepala dusun), petugas Badan Pengawas Jaminan

Produk Halal (BPJPH) dan pelaku usaha dengan dukungan mahasiswa semester 6 dan 8 (Tim KKN II Desa Ngadirejo).

Metode Pelaksanaan

Pelaksanaan pengabdian kepada masyarakat dibagi menjadi dua metode, yaitu sebagai berikut:

1. Sosialisasi Digital Marketing

Metode ini menjadikan salah satu dasar utama dalam memperluas jangkauan pasar dan meningkatkan penjualan usaha pelaku UMKM Dusun Dawungan dan Dadapan di Desa Ngadirejo. Sosialisasi tersebut disampaikan langsung oleh narasumber Chaidir Iswanaji, S.E., M.Ak. selaku lektor dan dosen jurusan S1 Akuntansi, Fakultas Ekonomi, Universitas Tidar. Melalui metode *digital marketing*.

2. Pendampingan Penguatan UMKM

Metode yang dilakukan selanjutnya adalah penguatan UMKM dengan melakukan penerbitan sertifikasi halal dan nomor induk berusaha. Penguatan UMKM tersebut disampaikan langsung oleh narasumber Aping Soepomo selaku petugas Badan Pengawas Jaminan Produk Halal (BPJPH).

3. HASIL DAN PEMBAHASAN

Adapun hasil yang dicapai pengabdian masyarakat dengan program “Pentingnya Penerapan *Digital Marketing* dan Penguatan UMKM (Studi Kasus Pada Dusun Dawungan dan Dadapan di Desa Ngadirejo)” yang dilakukan oleh Tim KKN II Desa Ngadirejo, di deskripsikan dalam bentuk laporan (*Logbook*) pada setiap tahap pelaksanaan.

Hasil yang Dicapai

1. Pada hari Jumat, 17 Januari 2025, Tim KKN II Desa Ngadirejo melakukan koordinasi dengan kepala desa dan kepala dusun untuk perizinan program sosialisasi *digital marketing* dengan target sasaran pelaku UMKM di Dusun Dawungan dan Dadapan. Berdasarkan hasil perizinan dan kesepakatan, program tersebut diselenggarakan pada hari Jumat, 24 Januari 2025 pukul 13.00 – 15.15 WIB di tempat Balai Desa Ngadirejo.



Gambar 1. Koordinasi dengan Kepala Desa dan Kepala Dusun

2. Pada hari Selasa, 21 Januari 2025 pukul 10.00 – 12.00 WIB, Tim KKN II Desa Ngadirejo melakukan survei dan pendataan pelaku UMKM di lingkungan Dusun Dawungan dan Dadapan. Hasil tersebut meliputi nama pelaku usaha, jenis usaha, dan alamat. Berdasarkan analisis, sektor UMKM kedua dusun tersebut juga terbagi menjadi tiga sektor yaitu makanan, minuman, jasa, dan aksesoris.
3. Pada hari Rabu, 22 Januari 2025 dan Kamis, 23 Januari 2025 pukul 13.00 – 16.00 WIB, Tim KKN II Desa Ngadirejo melakukan pembagian undangan resmi terkait program sosialisasi *digital marketing* kepada pelaku UMKM dengan harapan program tersebut dapat mendorong usaha-usaha pelaku ke sektor pasar yang lebih luas.



Gambar 2. Pembagian Undangan Sosialisasi *Digital Marketing*

4. Pada hari Jumat, 24 Januari 2025, Tim KKN II Desa Ngadirejo melakukan program sosialisasi *digital marketing* yang sudah dikoordinasi sebelumnya oleh beberapa pihak termasuk narasumber. Program tersebut dilakukan dalam waktu 2 jam 15 menit (Pukul 13.00 – 15.15 WIB), selama acara narasumber memberikan materi terkait cara memasarkan suatu usaha dengan menggunakan bantuan digital dan membuka forum diskusi tanya jawab kepada pelaku UMKM.



Gambar.3

5. Pada hari Minggu, 26 Januari 2025 pukul 13.00 – 14.00 WIB, humas Tim KKN II Desa Ngadirejo melakukan koordinasi kembali dengan kepala desa dan kepala dusun melalui forum *personal chat* WhatsApp untuk merencanakan program penguatan UMKM yang disampaikan langsung oleh narasumber selaku petugas Badan Pengawas Jaminan Produk Halal (BPJPH). Berdasarkan hasil konfirmasi humas, program penguatan diselenggarakan di Balai Desa Ngadirejo.
6. Pada hari Rabu, 29 Januari 2025 pukul 13.00 – 16.00 WIB, Tim KKN II Desa Ngadirejo melakukan pendataan sertifikasi halal dan nomor induk berusaha secara daring melalui forum *group chat* WhatsApp kepada pelaku UMKM terutama di sektor makanan dan minuman. Setelah itu, pelaku menghadiri pendampingan penguatan usaha yang disampaikan langsung oleh narasumber.



Gambar 4. Pendataan Sertifikasi Halal dan NIB serta Sosialisasi Pentingnya Penguatan UMKM dan Sesi Foto Bersama

Solusi dan Luaran yang Dicapai

Adapun solusi dan luaran pengabdian masyarakat dengan program “Pentingnya Penerapan *Digital Marketing* dan Penguatan UMKM (Studi Kasus Pada Dusun Dawungan dan Dadapan di Desa Ngadirejo)” yang dilakukan oleh Tim KKN II Desa Ngadirejo, yaitu sebagai berikut:

1. Program *digital marketing* menjadi solusi efektif bagi UMKM untuk meningkatkan kualitas pemasaran, menjangkau lebih banyak pelanggan, dan memperkuat *brand awareness* melalui berbagai platform seperti media sosial (Instagram, Facebook, WhatsApp, Twitter dan TikTok), *e-commerce* (Lazada, Shopee, Tokopedia, dan BliBli), dan website.
2. Pemanfaatan digital dapat memberikan peran terhadap UMKM untuk memahami perilaku konsumen dan menekankan strategi pemasaran berbasis data, sehingga meningkatkan efisiensi biaya pemasaran (promosi).
3. Program penguatan UMKM melalui penerbitan sertifikasi halal dan nomor induk berusaha menjadi langkah yang baik. Strategi tersebut membantu meningkatkan kepercayaan konsumen, memperluas jangkauan pasar, dan meningkatkan daya saing antar produk.
4. Pelaku UMKM yang telah memiliki sertifikasi halal dan nomor induk berusaha akan mendapatkan akses ke berbagai fasilitas pemerintah, termasuk bantuan usaha, permodalan, dan peluang kerja sama dengan perusahaan besar.

4. KESIMPULAN

Kesimpulan kegiatan pengabdian masyarakat dengan program “Pentingnya Penerapan *Digital Marketing* dan Penguatan UMKM (Studi Kasus Pada Dusun Dawungan dan Dadapan di Desa Ngadirejo)” yaitu sebagai berikut:

1. Permasalahan utama yang dihadapi pelaku UMKM di Dusun Dawungan dan Dadapan meliputi kurangnya pemahaman strategi pemasaran modern, kenaikan harga bahan baku, dan desain kemasan produk yang kurang menarik.
2. Penerapan digital marketing terbukti menjadi strategi yang efektif dalam membantu pelaku UMKM meningkatkan jangkauan pasar, menarik lebih banyak konsumen, dan memperkuat *brand awareness* melalui berbagai platform digital seperti media sosial, *e-commerce*, dan website.
3. Sertifikasi halal dan nomor induk berusaha menjadi peran penting dalam meningkatkan kepercayaan konsumen, memperluas pasar, dan memberikan kepastian hukum bagi UMKM supaya dapat bersaing.
4. Program sosialisasi *digital marketing* dan penguatan UMKM yang dilakukan Tim KKN II Desa Ngadirejo memberikan solusi nyata bagi UMKM dalam memahami pemasaran digital, membuat legalitas usaha, dan meningkatkan kualitas dan daya saing produk usaha pelaku.

5. UCAPAN TERIMA KASIH

Kami mengucapkan terima kasih kepada banyak pihak yang telah membantu dalam terselesainya artikel dengan program “Pentingnya Penerapan Digital Marketing dan Penguatan UMKM (Studi Kasus Pada Dusun Dawungan dan Dadapan di Desa Ngadirejo)”. Kami sampaikan terima kasih kepada Allah SWT, Bapak Maulana Tegar Adityanugraha, M.Sc. selaku dosen pendamping lapangan KKN periode II tahun 2024/2025, kedua orang tua, teman-teman Tim KKN II Desa Ngadirejo, serta warga dan perangkat Desa Ngadirejo, Kecamatan Salaman, Kabupaten Magelang. Dengan dukungan dan bantuan mereka, artikel ini dapat terselesaikan dengan baik.

6. REFERENSI

- Irfani, H., Yeni, F., & Wahyuni, R. (2020). Pemanfaatan digital marketing sebagai strategi pemasaran pada UKM dalam menghadapi era industri 4.0. *JCES (Journal of Character Education Society)*, 3(3), 651–659.
- Nadya, A. Q., ridho Hafidz, A., Latifa, A., & Fikri, S. (2023). Pendampingan Sertifikasi Halal UMKM Desa Pondokagung Kecamatan Kasembon Kabupaten Malang. *Jurnal Penelitian Dan Pengabdian Masyarakat*, 1(1), 1–9.
- Rohmayanti, R., Rahmatian, B. Y., Syahrian, R. A., Pitaloka, D. A., Yasmin, S., & Febriyani, P. (2023). Pengembangan Digital Marketing dan Manajemen Keuangan bagi UMKM untuk Meningkatkan Perekonomian Masyarakat. *Jurnal Pengabdian Pada Masyarakat*, 8(2), 432–439.
- Undari, W., & Lubis, A. S. (2021). Usaha mikro kecil dan menengah (umkm) dalam meningkatkan kesejahteraan masyarakat. *Jurnal Penelitian Pendidikan Sosial Humaniora*, 6(1), 32–38.
- Wardhana, A. (2015). Strategi digital marketing dan Implikasinya pada Keunggulan Bersaing UKM di Indonesia. *Seminar Nasional Keuangan Dan Bisnis IV*, 4.