



## INOVASI PEMASARAN DIGITAL DAN KEMASAN PRODUK UMKM MAKANAN RINGAN UNTUK DAYA SAING PENJUALAN

Nurita Widiyanti <sup>\*1</sup>, Novita Widyaningrum <sup>2</sup>, Sri Tutie Rahayu <sup>3</sup>, Irsat Surya Sekti <sup>4</sup>,  
Rizka Noor Miftakhl Ulum <sup>5</sup>, Lia Retian Asrifah <sup>6</sup>

<sup>1,2,3,4,5,6</sup> Politeknik Maritim Negeri Indonesia, Semarang, Indonesia

e-mail: [nuritasasya@polimarin.ac.id](mailto:nuritasasya@polimarin.ac.id) <sup>1</sup>, [novita@polimarin.ac.id](mailto:novita@polimarin.ac.id) <sup>2</sup>, [tutie@polimarin.ac.id](mailto:tutie@polimarin.ac.id) <sup>3</sup>,  
[irsat.s.sekti@polimarin.ac.id](mailto:irsat.s.sekti@polimarin.ac.id) <sup>4</sup>, [rizkanoormu27@polimarin.ac.id](mailto:rizkanoormu27@polimarin.ac.id) <sup>5</sup>, [liaretian@polimarin.ac.id](mailto:liaretian@polimarin.ac.id) <sup>6</sup>

Diterima: 1/4/2026; Direvisi: 8/5/2026; Diterbitkan: 16/5/2026

### ABSTRAK

Program Pengabdian kepada Masyarakat (PKM) ini dilaksanakan untuk menjawab persoalan yang dihadapi oleh UMKM CV. Sido Makmur di Kecamatan Bandungan, Kabupaten Semarang, yang masih terkendala dalam pemasaran konvensional, kemasan sederhana, keterbatasan teknologi produksi, serta pencatatan keuangan manual. Metode pelaksanaan meliputi survei lapangan, analisis situasi, wawancara, perencanaan solusi, pelatihan, pendampingan digital marketing, pengembangan desain kemasan, penerapan teknologi tepat guna, serta implementasi aplikasi keuangan berbasis Android. Hasil kegiatan menunjukkan adanya peningkatan signifikan pada lima aspek utama usaha mitra. Dari sisi produksi, penggunaan mixer mekanis menggantikan pengadukan manual sehingga meningkatkan efisiensi dan konsistensi kualitas. Pada aspek kemasan, produk yang sebelumnya polos kini memiliki desain informatif dengan label merek, komposisi, dan material tahan lembap. Pemasaran digital yang semula terbatas pada toko grosir lokal berkembang melalui marketplace dan media sosial, memperluas jangkauan pasar. Pengelolaan keuangan yang sebelumnya manual kini lebih akurat dengan aplikasi SI-APIK, mendukung pencatatan otomatis dan laporan rutin. Selain itu, kapasitas sumber daya manusia meningkat melalui pelatihan literasi digital dan manajerial. Secara keseluruhan, integrasi inovasi dalam pemasaran digital, desain kemasan, teknologi produksi, dan sistem keuangan berbasis aplikasi terbukti memperkuat daya saing UMKM mitra. Program ini tidak hanya menyelesaikan permasalahan operasional, tetapi juga memberikan fondasi praktis bagi keberlanjutan usaha, sekaligus berkontribusi nyata terhadap pemberdayaan UMKM dan penguatan ekonomi lokal.

**Kata Kunci:** *Inovasi UMKM, Pemasaran digital, Desain kemasan*

### ABSTRACT

This Community Service Program (PKM) was implemented to address the challenges faced by the SME CV. Sido Makmur in Bandungan Subdistrict, Semarang Regency, which continues to face obstacles in conventional marketing, simple packaging, limited production technology, and manual financial record-keeping. Implementation methods included field surveys, situation analysis, interviews, solution planning, training, digital marketing mentoring, packaging design development, the application of appropriate technology, and the implementation of an Android-based financial application. The results of the activities showed a significant improvement in five key aspects of the partner's business. On the production side, the use of a mechanical mixer replaced manual mixing, thereby improving efficiency and consistency in quality. In terms of packaging, products that were previously plain now feature informative designs with brand labels, ingredient lists, and moisture-resistant materials. Digital marketing, which was previously limited to local wholesale stores, has expanded through online marketplaces and





social media, broadening market reach. Financial management, which was previously manual, is now more accurate with the SI-APIK app, supporting automated record-keeping and routine reporting. Additionally, human resource capacity has increased through digital literacy and managerial training. Overall, the integration of innovations in digital marketing, packaging design, production technology, and app-based financial systems has proven to strengthen the competitiveness of partner SMEs. This program not only resolves operational challenges but also provides a practical foundation for business sustainability, while making a tangible contribution to SME empowerment and the strengthening of the local economy.

**Keywords:** *MSME innovation, Digital marketing, Packaging design*

## PENDAHULUAN

Kecamatan Bandungan Kabupaten Semarang menyimpan banyak daya tarik dan potensi wisata, ekonomi yang cukup jadi andalan selama ini. Bandungan dengan letak geografis di kaki gunung Ungaran menjadikan tempat ini sejuk, indah, dan memiliki daya tarik untuk memikat wisatawan datang (Widiarso et al., 2023). Dampak positif dari tujuan wisata adalah dapat meningkatkan ekonomi dari masyarakat Bandungan dan sekitarnya. Wisatawan yang datang tidak hanya melihat untuk keindahan alam, namun juga akan membelanjakan uangnya untuk membeli komoditas setempat dan oleh-oleh. Kegiatan ekonomi dan perputaran uang yang dibelanjakan di kawasan Bandungan cukup dinamis. Komoditas lokal yang cukup potensial menjadi barang yang dibeli oleh wisatawan adalah produk pertanian seperti buah, palawija, dan sayuran (Ramadhan et al., 2022). Selain sektor pertanian yang berkembang, dari sektor ekonomi banyak tumbuh UMKM yang memproduksi makanan dan jajanan yang siap memanjakan wisatawan untuk berbelanja. Hilirisasi produk pertanian menjadi produk yang bernilai tambah yang dikerjakan oleh UMKM menjadi rantai ekonomi yang saling menguntungkan. UMKM yang tumbuh juga sebagai upaya untuk menghasilkan produk dalam rangka meningkatkan nilai jual produk pertanian. Produk makanan seperti tahu, susu kedelai, manisan, dodol, dan makanan ringan hasil UMKM kawasan tersebut.

UMKM yang tumbuh dikawasan Bandungan selain karena peluang pasar yang besar juga karena adanya dorongan dari masyarakat untuk melanjutkan hidupnya. Melalui tumbuhnya UMKM berdampak pada terciptanya lapangan pekerjaan yang bisa membantu perekonomian masyarakat sekitar (Pristiansyah et al., 2022). UMKM berperan penting dalam mendukung pertumbuhan ekonomi daerah, menyerap tenaga kerja, serta meningkatkan kesejahteraan masyarakat. Kesejahteraan dan tingkat kemakmuran dapat dipastikan dari kebutuhan masyarakatnya terpenuhi dengan infrastruktur yang memadai, yang mendukung seluruh aktivitas ekonomi (Bumulo & Hunto, 2024). Masyarakat produktif dan berwirausaha akan selalu membantu perekonomian keluarga, daerah, maupun negara melalui UMKM yang berkembang. Pemerintah terus melakukan upaya untuk mendorong UMKM agar semakin berkembang. Harapan pemerintah dengan semakin banyak UMKM yang tumbuh, akan memperkuat ekonomi bangsa. Perguruan tinggi juga memiliki tanggung jawab besar untuk berpartisipasi memberdayakan UMKM agar semakin meningkat. Melalui dharma Pengabdian Kepada Masyarakat dosen-dosen dari seluruh perguruan tinggi di Indonesia dituntut untuk melakukan pendampingan, pelatihan, bagi UMKM maupun masyarakat.

Pendampingan dan Pelatihan yang dilakukan pada kegiatan PKM bermacam-macam, disesuaikan dengan permasalahan UMKM yang menjadi Mitra. Pada kegiatan PKM yang dilakukan oleh kelompok dosen melakukan pembuatan aplikasi untuk menghitung laporan menggunakan sistem Informasi berbasis Android (Agustina et al., 2021). Hasil yang didapatkan beberapa mitra UMKM yang terlibat merasa puas dengan sistem yang dikembangkan. Sistem



cukup mudah digunakan dan mempermudah rekapitulasi keuangan harian, mingguan, dan setiap akhir bulan. Selain membantu UMKM dalam mengelola keuangan, kelompok PKM lain melakukan kegiatan pendampingan dan pelatihan untuk masuk dalam pemasaran melalui digital marketing (Riyanto et al., 2022). Peserta PKM mendapat pelatihan menyiapkan konten, membuka toko di marketplace, dan bertransaksi melalui media online. Kemasan produk yang lebih menarik juga menjadi perhatian dalam kegiatan PKM. Bantuan untuk mendesain produk kemasan kripik singkong juga dilakukan, agar produk dapat masuk pada minimarket dengan jaringan luas ke seluruh Indonesia (Arifudin, 2020).

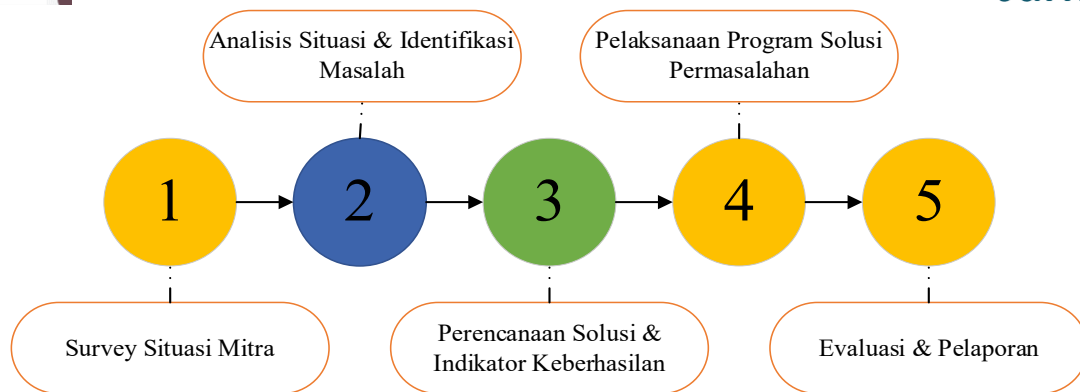
Politeknik Maritim Negeri Indonesia (Polimarin) merupakan salah satu PTN yang ada di Kabupaten Semarang. Letak Polimarin berada di Kecamatan Bergas yang tidak jauh dengan Kecamatan Bandungan. Jarak antara kampus polimarin dengan pusat perekonomian Kecamatan Bandungan hanya kurang lebih 15 KM. Melihat potensi UMKM yang berkembang di Kecamatan bandungan yang banyak, maka kami dari dosen Polimarin untuk ikut andil dalam Kegiatan PKM di Kawasan tersebut. Terdapat banyak potensi ekonomi, pariwisata, dan UMKM yang perlu untuk diberdayakan biar lebih maju dan berkembang (BPS Indonesia, 2023). Melalui dana Hibah yang ditawarkan oleh Direktorat Jenderal Riset Dan Pengembangan Kemendiktisaintek Tahun anggaran 2025, kami dari dosen Polimarin ikut mengajukan Hibah PKM dengan bermitra UMKM yang ada di Kecamatan Bandungan.

Tujuan PKM yang akan dilaksanakan adalah untuk berperan aktif dalam membangun UMKM melalui penyelesaian masalah secara konkrit di lapangan. Persoalan yang akan dicoba untuk dibantu adalah mencakup berbagai berbagai hal, seperti masalah bahan baku, perijinan, pengelolaan, dan pemasaran. Ketika permasalahan tersebut dapat teratasi maka akan memudahkan dan membantu UMKM dalam mengembangkan usaha ditengah persaingan yang semakin kompetitif. Manfaat yang didapatkan bagi mitra adalah akan mendapatkan pelatihan, pendampingan dari tim dosen yang terjun dalam kegiatan PKM. Koneksi terjadi antara perguruan tinggi dengan pelaku UMKM sehingga terjadi kolaborasi dan sinergitas dalam membangun perekonomian. Khalayak sasaran kegiatan PKM ini adalah pelaku UMKM sektor makanan ringan di Kecamatan Bandungan, khususnya CV. Sido Makmur beserta pekerjanya. Kelompok ini memiliki potensi ekonomi tinggi namun masih menghadapi keterbatasan dalam pemasaran digital, desain kemasan, pengelolaan keuangan, dan peralatan produksi. Melalui kegiatan pelatihan dan pendampingan, PKM ini bertujuan meningkatkan kemampuan mereka dalam memasarkan produk secara online, membuat kemasan menarik, serta menerapkan sistem keuangan berbasis teknologi, sehingga daya saing dan jangkauan pasar produk lokal Bandungan dapat meningkat.

## METODE PENELITIAN

Pada Metode pelaksanaan PKM merupakan sebuah rangkaian kegiatan sistematis yang dibuat untuk mengatasi persoalan pada UMKM yang menjadi mitra. Pelaksanaan PKM merupakan rangkaian kegiatan yang diawali mencari masalah dan diakhiri dengan menilai keberhasilan program yang dilaksanakan. Secara sistematis pelaksanaan PKM mengikuti alir yang disajikan pada **Gambar 1** di bawah ini.





**Gambar 1. Alur Pelaksanaan PKM**

Berdasarkan **Gambar 1** yang menampilkan alir kegiatan PKM yang dilaksanakan secara berurutan terdiri dalam 5 tahap yang secara rinci sebagai berikut.

1. Tahap survey situasi mitra. Pada tahap ini diawali dengan mendatangi kawasan Desa yang ada di Kecamatan bandungan yang terdapat sentra UMKM.
2. Tahap Analisis Situasi dan Identifikasi masalah terjadi dengan wawancara sehingga dapat disimpulkan beberapa masalah prioritas .
3. Tahap perencanaan Solusi dan Indikator keberhasilan merupakan kegiatan membuat perencanaan solusi yang relevan untuk mengatasi permasalahan yang ada.
4. Tahap pelaksanaan program solusi merupakan kegiatan terjun langsung pada mitra untuk merealisasikan perencanaan kegiatan yang telah dibuat.
5. Evaluasi dan pelaporan merupakan tahap akhir dari kegiatan pelaksanaan PKM. Evaluasi dilakukan terhadap seluruh program yang telah dibuat dan dilaksanakan., pelaksanaan, dan juga pengembangan program lanjutan yang relevan.

Berdasarkan hasil evaluasi dari seluruh program selanjutnya akan dibuat pelaporan yang sistematis. Alir kegiatan yang telah dibuat dilaksanakan dengan jadwal yang disajikan pada **Tabel 1** di bawah ini

**Tabel 1. Jadwal Pelaksanaan PKM**

No	Nama Kegiatan	Bulan							
		1	2	3	4	5	6	7	8
1	Survey Situasi Mitra	*							
2	Analisis Situasi & Identifikasi Masalah	*							
3	Penyusunan Proposal	*	*						
4	Perencanaan Solusi & Indikator Keberhasilan			*	*				
5	Pelaksanaan Kegiatan PKM				*	*			
6	Pembuatan Luaran berupa Artikel Ilmiah, dan Video Kegiatan				*	*	*	*	*
7	Evaluasi dan Penyusunan Laporan				*	*	*	*	*

Permasalahan prioritas yang telah diuraikan sebelumnya memerlukan solusi yang tepat dan aplikatif agar mampu memberikan dampak nyata terhadap peningkatan kinerja UMKM mitra. Solusi yang dirancang tidak hanya berfokus pada satu aspek, tetapi mencakup berbagai bidang yang saling berkaitan, seperti peningkatan kapasitas sumber daya manusia, perbaikan manajemen usaha, optimalisasi proses produksi, penerapan teknologi tepat guna, serta penguatan strategi pemasaran dan pengelolaan keuangan. Pendekatan penyelesaian dilakukan secara partisipatif melalui kolaborasi antara tim pelaksana dan mitra, dengan

mempertimbangkan kondisi aktual usaha, potensi lokal, serta peluang pasar yang dapat dimanfaatkan (Rostina et al., 2021). Setiap langkah penyelesaian dirancang secara sistematis, dimulai dari identifikasi kebutuhan dan permasalahan, perumusan alternatif solusi, pelaksanaan kegiatan pelatihan dan pendampingan, hingga evaluasi hasil serta tindak lanjut untuk keberlanjutan program. Solusi atas permasalahan tersebut secara rinci diuraikan sebagai berikut.

1. Permasalahan penjualan melalui toko grosir ini memiliki kelemahan pada jangkauan pemasaran. Inovasi penjualan dengan media digital seperti medsos dan market place akan mampu menjangkau penjualan ke Seluruh Indonesia.
2. Permasalahan kemasan produk yang masih berupa plastik sederhana belum memberikan informasi produk sehingga menarik minat pembeli. Inovasi yang akan dilakukan adalah dengan membuat kemasan plastik menjadi lebih menarik dan informatif.
3. Kapasitas produksi tidak terlalu banyak akan menjadi meningkat jika ada dukungan dari peralatan. Solusi yang diberikan adalah menambah peralatan produksi dan menerapkan teknologi yang mendukung produksi.
4. Pengelolaan keuangan secara manual akan menjadi sulit jika UMKM mengalami peningkatan transaksi. Transaksi keuangan yang terjadi meliputi pembelian bahan baku, operasional, pembayaran karyawan, transaksi masuk dari penjualan.

## HASIL DAN PEMBAHASAN

Pelaksanaan kegiatan Pengabdian kepada Masyarakat (PKM) di CV. Sido Makmur dilakukan melalui serangkaian tahapan terintegrasi yang mencakup penerapan teknologi tepat guna, pelatihan desain kemasan, serta praktik pengemasan produk. Dokumentasi tersaji pada **Gambar 2** hingga **Gambar 4** berikut yang menggambarkan hasil implementasi di lapangan.



**Gambar 2. Penerapan Teknologi Tepat Guna dalam Produksi**

Kegiatan yang ditampilkan pada **Gambar 2** merupakan tahapan awal dari proses produksi di CV. Sido Makmur, yaitu pembuatan adonan sebagai dasar pembuatan produk makanan ringan. Tahap ini memiliki peran penting dalam menjaga konsistensi kualitas dan cita rasa produk, karena adonan yang baik akan menghasilkan tekstur dan rasa yang stabil. Sebelumnya, proses pengadukan dilakukan secara manual menggunakan tangan, sehingga membutuhkan tenaga lebih besar dan berisiko menimbulkan ketidakteraturan hasil. Tim PKM kemudian memperkenalkan teknologi tepat guna berupa alat pengaduk mekanis untuk menggantikan metode tradisional tersebut. Inovasi ini tidak hanya meningkatkan efisiensi waktu dan kapasitas produksi, tetapi juga mendukung aspek higienitas serta standar keamanan pangan. Dengan demikian, penggunaan alat pengaduk mekanis menjadi langkah strategis dalam memperkuat daya saing UMKM.



**Gambar 3. Kegiatan Desain Kemasan dan Teknologi Digital**

**Gambar 3** di atas memperlihatkan kegiatan pelatihan dan pendampingan yang berfokus pada pengenalan aplikasi digital untuk desain kemasan dan sistem keuangan. Kegiatan ini merupakan bagian dari implementasi inovasi pemasaran digital yang dirancang untuk meningkatkan daya saing produk UMKM mitra. Tim PKM memperkenalkan dua jenis aplikasi utama, yaitu Canva dan CorelDraw sebagai perangkat untuk mendesain label dan kemasan produk, serta Sistem Informasi Keuangan berbasis Android (SI-APIK) untuk membantu pencatatan transaksi keuangan usaha secara lebih efisien dan akurat.



**Gambar 4. Kegiatan Memasukkan Produk Dalam Kemasan**

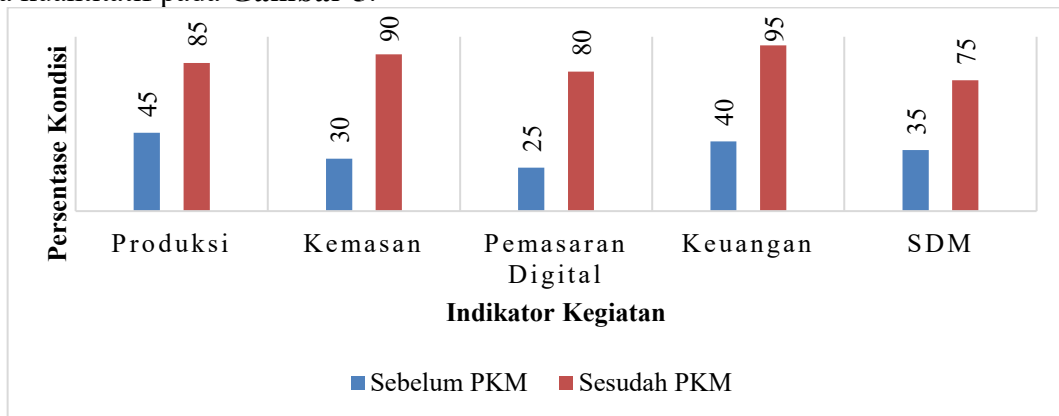
**Gambar 4.** di atas menampilkan tahapan akhir dari proses produksi, yaitu kegiatan memasukkan produk makanan ringan ke dalam kemasan. Tahapan ini merupakan bagian penting dalam menjaga kualitas, higienitas, serta daya tarik produk sebelum didistribusikan ke konsumen. Kegiatan dilakukan di ruang produksi CV. Sido Makmur dengan penerapan prinsip *Good Manufacturing Practice (GMP)* sederhana yang diperkenalkan oleh tim PKM. Pelatihan mencakup standar kebersihan, penggunaan alat pelindung diri seperti sarung tangan dan penutup kepala, serta penataan alur kerja satu arah untuk mencegah kontaminasi silang antar produk. Proses pengemasan dimulai dari penimbangan produk sesuai takaran standar, kemudian dilanjutkan dengan pengisian ke dalam plastik kemasan baru yang telah didesain pada tahap sebelumnya (Haryati, 2024).

Kegiatan ini terbukti memberikan dampak langsung pada peningkatan efisiensi usaha serta kesiapan mitra menghadapi persaingan pasar modern. Capaian kegiatan PKM disajikan pada **Tabel 2** di bawah ini.

**Tabel 2. Capaian Hasil Kegiatan PKM di CV. Sido Makmur**

No	Aspek	Kondisi Sebelum PKM	Hasil Setelah PKM
1	Produksi	Pengadukan adonan manual, waktu lama, hasil tidak konsisten.	Menggunakan mixer mekanis; waktu produksi lebih singkat dan hasil lebih merata.
2	Kemasan Produk	Kemasan polos, tanpa label dan informasi produk.	Desain kemasan baru dengan label merek, komposisi, dan material tahan lembap.
3	Pemasaran Digital	Penjualan hanya lewat toko grosir lokal.	Telah aktif di marketplace dan media sosial; jangkauan pasar lebih luas.
4	Keuangan	Pencatatan manual dengan kalkulator.	Menggunakan aplikasi <i>SI-APIK</i> untuk pencatatan otomatis dan laporan rutin.
5	Sumber Daya Manusia (SDM)	Minim pengetahuan digital dan manajerial.	Meningkat literasi digital dan keterampilan produksi melalui pelatihan partisipatif.

Capaian hasil kegiatan PKM yang disajikan pada **Tabel 2** merupakan pemaparan secara kualitatif. Penyajian hasil evaluasi agar dampak peningkatan semakin terlihat juga disajikan secara kuantitatif pada **Gambar 5**.



**Gambar 5. Hasil evaluasi dan peningkatan Kegiatan PKM**

Diagram pada **Gambar 5** menggambarkan peningkatan signifikan pada lima aspek utama UMKM CV. Sido Makmur setelah pelaksanaan program PKM. Sebelum PKM, kondisi produksi hanya berada di angka 45%, menunjukkan proses manual yang kurang efisien. Setelah intervensi, produksi meningkat menjadi 85% berkat penggunaan mixer mekanis. Kemasan produk yang awalnya sederhana dengan nilai 30% berubah drastis menjadi 90% setelah didesain lebih informatif dan menarik. Pemasaran digital juga mengalami lonjakan dari 25% menjadi 80%, menandakan perluasan jangkauan pasar melalui marketplace dan media sosial. Dari sisi keuangan, pencatatan manual yang sebelumnya hanya 40% berkembang menjadi 95% dengan aplikasi *SI-APIK*, sehingga lebih akurat dan efisien. Sementara itu, kapasitas SDM meningkat dari 35% menjadi 75% setelah pelatihan literasi digital dan manajerial. Secara keseluruhan, diagram ini menunjukkan bahwa PKM berhasil meningkatkan daya saing UMKM melalui inovasi teknologi, pemasaran digital, dan penguatan kapasitas sumber daya manusia.

### Pembahasan

Implementasi teknologi tepat guna pada proses produksi makanan ringan menunjukkan lompatan kualitas yang nyata bagi mitra usaha. Penggunaan alat pengaduk mekanis untuk



menggantikan metode tangan manusia yang melelahkan terbukti menaikkan skor efisiensi dari 45 menjadi 85. Inovasi ini meminimalisir risiko ketidakteraturan tekstur adonan yang selama ini menjadi kendala utama dalam menjaga kestabilan cita rasa produk. Selain kapasitas volume yang meningkat, higienitas pengolahan menjadi lebih terjamin sesuai standar *good manufacturing practice* sederhana yang diperkenalkan kepada para pekerja. Mesin tersebut mengurangi kontak fisik langsung dengan bahan baku sehingga standar keamanan pangan lebih mudah terpenuhi secara konsisten setiap hari. Efisiensi waktu yang diperoleh memungkinkan tenaga kerja dialokasikan untuk tahap pengemasan yang lebih teliti dan produktif. Peningkatan ini tidak hanya bersifat teknis, melainkan menjadi fondasi bagi usaha untuk naik kelas menjadi industri kecil yang lebih profesional. Dengan skor 85, operasional harian menjadi lebih sistematis dan terukur dibandingkan saat masih bergantung pada tenaga manual yang rentan terhadap kelelahan serta kesalahan manusia. Hal ini memberikan kepastian pasokan bagi pelanggan grosir secara berkelanjutan (Caroline et al., 2021; Darma et al., 2020; Monoarfa et al., 2025; Noviyanti et al., 2025; Wulandari et al., 2026).

Transformasi identitas visual melalui pelatihan desain kemasan memberikan dampak estetika yang sangat drastis bagi produk makanan ringan tersebut. Kondisi kemasan yang awalnya hanya berupa plastik polos dengan nilai 30 berubah secara signifikan menjadi 90 setelah penerapan label merek yang informatif. Penggunaan perangkat lunak seperti *Canva* dan *CorelDraw* memungkinkan mitra untuk menciptakan desain yang mencantumkan komposisi serta material kemasan yang lebih tahan terhadap lembap. Kemasan yang lebih menarik ini berfungsi sebagai alat komunikasi pemasaran yang efektif untuk membangun kepercayaan konsumen pada pandangan pertama. Nilai 90 mencerminkan kesiapan produk untuk bersaing di rak penjualan ritel modern yang mengutamakan daya tarik visual dan kelengkapan informasi produk. Selain itu, penataan alur kerja satu arah saat memasukkan produk ke dalam kemasan membantu mencegah kontaminasi silang sesuai prinsip keamanan pangan. Pemilihan warna dan tipografi yang tepat pada label baru bukan hanya sekadar hiasan, melainkan strategi untuk memperkuat citra merek di mata publik. Dengan kemasan yang lebih profesional, nilai jual produk dapat ditingkatkan karena persepsi kualitas konsumen akan meningkat seiring dengan perbaikan tampilan fisik produk tersebut (Murni et al., 2023; Najiatun et al., 2025; Putra et al., 2021; Sundaygara & Dinnullah, 2021; Wibowo et al., 2025).

Perluasan jangkauan pasar melalui strategi pemasaran digital menjadi faktor pendorong utama bagi peningkatan daya saing usaha di era modern. Skor pemasaran yang awalnya hanya berada pada angka 25 melonjak menjadi 80 setelah mitra mulai aktif memanfaatkan *marketplace* dan berbagai media sosial. Peralihan dari ketergantungan pada toko grosir lokal menuju platform daring membuka akses kepada basis pelanggan yang jauh lebih luas tanpa batasan geografis. Pelatihan mengenai cara mengambil foto produk yang menarik serta teknik penulisan deskripsi yang persuasif membantu mitra dalam membangun portofolio digital yang kompetitif. Angka 80 menunjukkan bahwa mitra kini memiliki kemandirian dalam mengelola saluran distribusi mandiri dan tidak lagi hanya mengandalkan perantara tradisional. Pemanfaatan teknologi digital ini juga memungkinkan terjadinya interaksi langsung dengan konsumen untuk mendapatkan umpan balik secara *real-time*. Kehadiran merek di dunia maya memberikan validitas sosial yang penting bagi keberlanjutan usaha dalam jangka panjang. Meskipun persaingan di pasar daring sangat ketat, bekal keterampilan manajemen konten yang telah diberikan menjadi modal berharga bagi mitra untuk terus melakukan inovasi promosi yang kreatif dan relevan bagi tren pasar saat ini (Adam et al., 2024; Anugrah et al., 2023; Darmanto et al., 2025; Sakti et al., 2023).





Modernisasi manajemen keuangan melalui aplikasi berbasis *smartphone* memberikan keteraturan administratif yang selama ini sulit dicapai melalui pencatatan manual. Penggunaan aplikasi khusus mencatatkan kenaikan efisiensi dari angka 40 menjadi 95, yang merupakan peningkatan tertinggi di antara semua aspek yang diintervensi. Otomatisasi laporan rutin memudahkan pemilik usaha dalam memantau arus kas serta menghitung keuntungan bersih secara akurat tanpa risiko kesalahan hitung kalkulator. Selain aspek keuangan, kapasitas sumber daya manusia juga mengalami peningkatan literasi dari 35 menjadi 75 melalui berbagai pelatihan partisipatif yang dilakukan secara intensif. Angka 75 mencerminkan adanya pertumbuhan kepercayaan diri karyawan dalam mengoperasikan teknologi digital dan mesin produksi yang baru. Literasi digital yang meningkat membuat adaptasi terhadap perubahan teknologi di masa depan menjadi lebih mudah dilakukan oleh seluruh tim kerja. Pencatatan yang rapi pada angka 95 memberikan kemudahan bagi usaha untuk melakukan evaluasi performa bulanan secara lebih objektif dan berbasis data. Keterampilan manajerial yang baru ini memastikan bahwa pertumbuhan bisnis didukung oleh sistem internal yang sehat dan transparan bagi semua pihak yang terlibat dalam manajemen harian (Hartini & Habibi, 2023; Minardi & Abdullah, 2023; Pandak & Nugroho, 2023).

Secara keseluruhan, kegiatan ini memberikan implikasi strategis bagi penguatan ekonomi lokal melalui modernisasi usaha mikro yang awalnya bersifat konvensional. Meskipun seluruh aspek utama mengalami kenaikan angka yang signifikan, penelitian ini memiliki keterbatasan pada durasi pendampingan yang relatif singkat untuk memastikan keberlanjutan budaya digital. Faktor lingkungan dan stabilitas koneksi internet di wilayah mitra juga menjadi variabel luar yang dapat memengaruhi konsistensi penggunaan aplikasi keuangan di masa mendatang. Selain itu, pemeliharaan mesin pengaduk secara mandiri masih memerlukan pengawasan lebih lanjut agar tidak terjadi kerusakan teknis yang dapat menghambat produksi harian. Namun, hasil pengabdian ini membuktikan bahwa intervensi teknologi tepat guna dan literasi digital mampu mengubah profil usaha dari skala lokal menuju kesiapan pasar yang lebih luas. Penguatan kapasitas manusia pada angka 75 menjadi kunci utama agar semua inovasi yang diberikan dapat terus dijalankan secara mandiri oleh mitra setelah program berakhir. Rekomendasi untuk langkah selanjutnya adalah pembentukan jaringan pemasaran antar sesama pelaku usaha sejenis guna memperkuat posisi tawar di pasar nasional. Keberhasilan transformasi ini diharapkan dapat menjadi inspirasi bagi pelaku usaha lain untuk segera melakukan adaptasi teknologi demi ketahanan bisnis.

## KESIMPULAN

Kegiatan PKM yang dilaksanakan bersama CV. Sido Makmur menunjukkan bahwa integrasi inovasi dalam aspek pemasaran digital, kemasan, teknologi produksi tepat guna, serta sistem keuangan berbasis aplikasi mampu memberikan dampak nyata terhadap peningkatan efisiensi, kualitas produk, dan perluasan jangkauan pasar. Pendekatan pelatihan dan pendampingan langsung terbukti efektif dalam memperkuat kapasitas manajerial serta literasi digital pelaku UMKM. Implementasi solusi yang aplikatif dan terukur tidak hanya menyelesaikan permasalahan operasional mitra, tetapi juga memberikan landasan praktis bagi peningkatan daya saing usaha secara berkelanjutan. Dengan demikian, program ini berkontribusi nyata terhadap pemberdayaan UMKM dan penguatan ekonomi lokal melalui penerapan inovasi yang relevan dengan kebutuhan lapangan.

1. Integrasi pemasaran digital, inovasi kemasan, teknologi produksi tepat guna, dan sistem keuangan berbasis aplikasi meningkatkan efisiensi operasional, kualitas produk, serta jangkauan pasar.





2. Pelatihan dan pendampingan langsung efektif dalam memperkuat kapasitas manajerial dan literasi digital pelaku UMKM.
3. Solusi yang aplikatif dan terukur memberikan fondasi bagi peningkatan daya saing usaha secara berkelanjutan.
4. Program PKM berkontribusi nyata terhadap pemberdayaan UMKM dan penguatan ekonomi lokal melalui penerapan inovasi yang relevan dan terukur.

#### UCAPAN TERIMAKASIH

Penulis mengucapkan terima kasih kepada Direktur Politeknik Maritim Negeri Indonesia dan Pusat Penelitian dan Pengabdian Pada Masyarakat yang telah memberi dukungan pendanaan kegiatan PKM melalui DIPA tahun anggaran 2025. Ucapan terimakasih dan apresiasi juga kami berikan kepada CV. Sido Makmur Bandungan yang berkenan menjadi mitra sehingga kegiatan terlaksana dengan baik.

#### DAFTAR PUSTAKA

- Adam, A., Lilianti, L., Said, H. S. H., Hermanto, H., & Mujiati, M. (2024). Peningkatan produktifitas UKM dalam inovasi pemasaran melalui pendekatan manajemen dan pemanfaatan teknologi informasi. *AKSIOLOGIYA: Jurnal Pengabdian Kepada Masyarakat*, 8(1). <https://doi.org/10.30651/aks.v8i1.13272>
- Agustina, Y., Ningsih, S. S., & Mulyati, H. (2021). Pelatihan penyusunan laporan keuangan dengan menggunakan aplikasi SI APIK pada UMKM. *Intervensi Komunitas*, 2(2), 134–145. <https://doi.org/10.32546/ik.v2i2.871>
- Anugrah, A., Nurhabibah, C., Melati, P., Tareza, I., Asshiddiqi, M. G., Ardiani, A. F. F., Syaeful, A., Maarif, Y. S., Dechia, C. C., Pratama, J. A., Saputra, A., Prameswari, G. M., & Nabela, S. J. (2023). Education on the use of social media for promoting MSMEs and ecotourism in Bantan Village, Belitung. *Community Empowerment*, 8(11), 1929–1933. <https://doi.org/10.31603/ce.10638>
- Arifudin, O. (2020). PKM pembuatan kemasan, peningkatan produksi dan perluasan pemasaran keripik singkong di Subang Jawa Barat. *INTEGRITAS: Jurnal Pengabdian*, 4(1), 21. <https://doi.org/10.36841/integritas.v4i1.514>
- BPS Indonesia. (2023). *Statistik Indonesia 2024*. Badan Pusat Statistik. <https://www.bps.go.id/publication/2020/04/29/e9011b3155d45d70823c141f/statistik-indonesia-2020.html>
- Bumulo, S., & Hunto, B. (2024). Peran modal sosial dalam pengembangan UMKM minyak kelapa kampung: Kajian pemberdayaan masyarakat Desa Bandungan, Gorontalo. *Sosiologi: Jurnal Penelitian Dan Pengabdian Kepada Masyarakat*, 1(c), 232–242.
- Caroline, A., nu, M., & ah, S. (2021). Performance measurement of palm sugar business using the integration of Supply Chain Operation Reference (SCOR) and Objective Matrix (OMAX). *International Journal of Science and Management Studies (IJSMS)*, 75–84. <https://doi.org/10.51386/25815946/ij sms-v4i1p107>
- Darma, I. W. A. S., Indrawan, I. G. A., & Sutramiani, N. P. (2020). Implementasi supply chain management pada e-commerce sebagai strategi pengembangan UMKM jajanan dodol khas Buleleng. *Jurnal Teknologi Informasi Dan Komputer*, 6(2). <https://doi.org/10.36002/jutik.v6i2.1016>
- Darmanto, D., Wahyudi, E., Ruhibnur, R., Pradasari, N. I., & Muhammad, A. R. (2025). Penguatan kapasitas promosi UMKM melalui pelatihan media digital berbasis



- aplikasi Canva. *Jurnal Pengabdian Masyarakat Progresif Humanis Brainstorming*, 8(4), 754–763. <https://doi.org/10.30591/japhb.v8i4.9246>
- Haryati, S. (2024). Penerapan aplikasi keuangan digital untuk membantu pencatatan dan laporan keuangan bisnis UMKM. *Suluh Abdi: Jurnal Ilmiah Pengabdian Kepada Masyarakat*, 6(2), 153–160.
- Hartini, H., & Habibi, D. (2023). Pengelolaan kinerja berbasis Balanced Scorecard. *Indo-Fintech Intellectuals Journal of Economics and Business*, 3(2), 198–209. <https://doi.org/10.54373/iffjeb.v3i2.156>
- Minardi, J., & Abdullah, A. (2023). Transformasi digital pengelolaan kegiatan warga di lingkungan RT/RW berbasis e-dashboard. *Jurnal Teknologi Informasi Dan Komunikasi*, 14(1), 96–107. <https://doi.org/10.51903/jtikp.v14i1.479>
- Monoarfa, V. M., Detu, A., Ajikil, A. A., Ardianti, S., & Laode, S. (2025). Analisis dan evaluasi penerapan Supply Chain Management (SCM) untuk peningkatan efisiensi dan daya saing (Studi kasus: UMKM Alpukat Kocok Shafira Gorontalo). *Jurnal Ekonomi Manajemen Bisnis Dan Akuntansi Review*, 5(2), 7. <https://doi.org/10.53697/emba.v5i2.3373>
- Murni, M., Lubis, N. K., Asnidar, A., & Fajriah, A. N. (2023). Increased productivity and sales of the Dapu Rindu home industry. *Community Empowerment*, 8(9), 1368–1375. <https://doi.org/10.31603/ce.10266>
- Najiatur, N., Khas, A., Khalida, N. D., Wakik, & Hidayat, N. (2025). Peningkatan daya saing UMKM camilan khas Madura melalui pelatihan dan pendampingan pengemasan produk dengan teknologi vacuum sealer dan labelisasi. *Jurnal Pengabdian Masyarakat Dan Riset Pendidikan*, 4(1), 6435–6439. <https://doi.org/10.31004/jerkin.v4i1.2667>
- Noviyanti, A. A., Parhusip, A. M., Rosyada, A., Angelia, F., Ersad, J., Sutanto, K. E., Lee, L. F., Aureliant, N. I., & Poeyan, N. (2025). Menuju UMKM naik kelas: Penguatan produksi, branding, dan keuangan Citra Rasa Cilaja. *Room of Civil Society Development*, 4(5), 871–886. <https://doi.org/10.59110/rcsd.757>
- Pandak, A., & Nugroho, D. S. (2023). Pengaruh financial technology dan kemampuan manajerial terhadap kinerja keuangan UMKM. *Indonesian Journal of Multidisciplinary on Social and Technology*, 1(3), 311–320. <https://doi.org/10.31004/ijmst.v1i3.216>
- Pristiansyah, Pranandita, N., Haritsah Amrullah, M., & Hasdiansah. (2022). Sertifikasi halal UMKM di Dusun Bandungan dan Kayu Ares. *Berbakti: Jurnal Pengabdian Kepada Masyarakat*, 6(1), 45–49. <https://ejournal.iaifa.ac.id/index.php/JPMD/article/view/485>
- Putra, F. P., Kusnawan, A., & Yulianai, Y. (2021). Strategi pemasaran produk UMKM melalui sertifikasi halal MUI. *Tadbir: Jurnal Manajemen Dakwah*, 6(1), 97–116. <https://doi.org/10.15575/tadbir.v6i1.18810>
- Ramadhan, D. M., Nurhayati, N., Khumairoh, I., & S.P., N. P. (2022). Strategi pengembangan BUMDES sebagai implementasi dari tujuan Sustainable Development Goals (SDGs) di Desa Candi, Kecamatan Bandungan, Kabupaten Semarang. *Endogami: Jurnal Ilmiah Kajian Antropologi*, 6(1), 101–118. <https://doi.org/10.14710/endogami.6.1.101-118>
- Riyanto, S., Azis, M. N. L., & Putera, A. R. (2022). Pendampingan UMKM dalam penggunaan digital marketing pada komunitas UMKM di Kabupaten Madiun. *Jurnal Abdimas*



*BSI: Jurnal Pengabdian Kepada Masyarakat*, 5(1), 137–142.  
<https://doi.org/10.31294/jabdimas.v5i1.11534>

- Rostina, Hartini, & Devilla, R. (2021). Pengaruh penggunaan media sosial dan inovasi produk. *Jurnal Ilmiah Pena*, 15(02), 43–47.
- Sakti, I. W., Saefudin, N., Dora, Y. M., Yogisari, O., & Sudrajat, A. (2023). Implementation of Industry 4.0 in KADIN-assisted MSMEs Bandung. *ETHOS (Jurnal Penelitian Dan Pengabdian)*, 11(1), 71–76. <https://doi.org/10.29313/ethos.v11i1.11102>
- Sundaygara, C., & Dinnullah, R. N. I. (2021). Peningkatan usaha UKM kerupuk puli melalui pelatihan dan pendampingan manajemen pengemasan produk. *Abdimas Galuh*, 3(2), 255. <https://doi.org/10.25157/ag.v3i2.5491>
- Wana, G. A. K., & Adiwati, M. R. (2026). Analisis pengelolaan persediaan barang untuk meningkatkan ketepatan pengadaan pada PT. INDOBISMAR. *CENDEKIA: Jurnal Ilmu Pengetahuan*, 6(1), 196–205. <https://doi.org/10.51878/cendekia.v6i1.8890>
- Wibowo, M. A. S., Artini, W., Sidhi, E. Y., & Lisanty, N. (2025). Preferensi konsumen atas pembaruan kemasan produk kerupuk lamuk (Studi kasus jajanan tradisional khas Desa Kalirong, Kediri). *JURNAL AGRICA*, 18(2). <https://doi.org/10.31289/agrica.v18i2.14232>
- Widiarso, D. A., Sitompul, R., & Martadiastuti, V. (2023). Landslide prone areas analysis in Bandungan District, Semarang Regency, Central Java, Indonesia. *IOP Conference Series: Earth and Environmental Science*, 1268(1). <https://doi.org/10.1088/1755-1315/1268/1/012020>
- Wulandari, L. A., Muafa, A. I., Andikasari, R. D., Salsabila, I., Aini, S. D. Q., Pratama, V. S., Daniswari, D. D., Najmi, N. S., & Aisyah, Z. F. (2026). Penerapan transformasi digital dalam manajemen sumber daya data untuk meningkatkan efektivitas produksi pada UMKM pabrik tempe Pak Tamsuri. *Jurnal Manajemen Akuntansi Dan Ilmu Ekonomi*, 3(1), 1–7. <https://doi.org/10.70585/jumali.v3i1.184>