

## Pelatihan dan Pendampingan Melalui Digital Marketing, Legalitas dan Manajemen Keuangan dalam Pengembangan UMKM di Kelurahan Plosokerep Kota Blitar

Chrystia Aji Putra<sup>1</sup>, Aldien Ramadhan<sup>2</sup>, Diah Rahmadani<sup>3</sup>, Alifia Oktaviani Sastra<sup>4</sup>, Yumna Putri Salsabil<sup>5</sup>, Bagus Wahyu Tri Pambudi<sup>6</sup>, Arifiana Nur Hanifah<sup>7</sup>, Indah Nur Hamidah<sup>8</sup>, Reyhan Abiyu Hartono<sup>9</sup>, Abrar Athaya Yuris Erbinavydho<sup>10</sup>

<sup>1,2,3,4,5,6,7,8,9,10,11</sup>Universitas Pembangunan Nasional Veteran, Jawa Timur, Indonesia

E-mail : ajiputra@upnjatim.ac.id<sup>1</sup>, 19012010305@student.upnjatim.ac.id<sup>2</sup>, 19025010063@student.upnjatim.ac.id<sup>3</sup>, 19024010141@student.upnjatim.ac.id<sup>4</sup>, 19011010059@student.upnjatim.ac.id<sup>5</sup>, 19012010277@student.upnjatim.ac.id<sup>6</sup>, 19012010309@student.upnjatim.ac.id<sup>7</sup>, 19042010094@student.upnjatim.ac.id<sup>8</sup>, 19024010005@student.upnjatim.ac.id<sup>9</sup>, 19034010111@student.upnjatim.ac.id<sup>10</sup>

### Kilas Artikel

Volume 2 Nomor 2  
Agustus 2022  
DOI:xxx/ejpm.v%i%.xxxx

### Article History

Submission:150-06-2022  
Revised: 15-06-2022  
Accepted: 06-07-2022  
Published: 01-08-2022

### Kata Kunci:

Digital Marketing,  
Legalitas, Manajemen  
Keuangan,  
Pengembangan UMKM

### Keywords:

Digital Marketing, Legality,  
Financial Management,  
MSME Development

### Korespondensi:

Diah Rahmadani  
19025010063@student.  
upnjatim.ac.id

### Abstrak

Usaha Mikro Kecil dan Menengah (UMKM) merupakan salah satu sektor yang terkenal dampak adanya pandemi Covid-19. Dampak tersebut membuat daya beli masyarakat turun, dan banyak konsumen berganti melakukan pembelian secara online. Sehingga diperlukan adanya pendampingan terhadap UMKM mengenai *digital marketing* melalui market place dan konten marketing, pentingnya legalitas dalam mudahnya pengembangan usaha, serta keterampilan bagi pebisnis UMKM untuk mengelola keuangan. Sasaran kegiatan pengabdian masyarakat ini adalah pemilik UMKM di Kelurahan Plosokerep, Kecamatan Sananwetan, Kota Blitar. Metode pelaksanaan yang dimanfaatkan pada pengabdian untuk masyarakat ini yakni metode pelatihan serta pendampingan secara *door to door* kepada masing-masing pelaku UMKM. Evaluasi aktivitas yang dimanfaatkan pada pengabdian masyarakat ini merupakan unsur keterampilan serta pengetahuan. Pelatihan yang diberikan oleh kelompok 141 KKN Tematik MBKM UPN "Veteran" Jawa Timur mengenai digitalisasi UMKM berhasil merubah UMKM yang berada di Plosokerep yang awalnya masih konvensional menjadi *digital*. Tujuan kegiatan ini adalah pelaku usaha dapat memanfaatkan internet dan teknologi untuk menunjang pemasaran produk serta memperluas jangkauan target pasar melalui *digital marketing*.

### Abstract

*Micro, Small and Medium Enterprises (MSMEs) are one of the sectors that are well-known for the impact of the Covid-19 pandemic. This impact makes people's purchasing power decrease, and many consumers switch to making online purchases. So it is necessary to provide assistance to MSMEs regarding digital marketing through market places and marketing content, the importance of legality in easy business development, as well as skills for MSME businessmen to manage finances. The target of this community service activity is the owner of MSMEs in Plosokerep Village, Sananwetan District, Blitar City. The implementation method used in this community service is the training method and door to door assistance for each MSME actor. Evaluation of the activities used in this community service is an element of skills and knowledge. The training provided by the 141 Thematic KKN MBKM UPN "Veteran" East Java group regarding the digitization of*



---

*MSMEs succeeded in changing MSMEs in Plosokerep which were initially still conventional to digital. The purpose of this activity is that business actors can use the internet and technology to support product marketing and expand the reach of the target market through digital marketing.*

---

## 1. PENDAHULUAN

Seluruh masyarakat di dunia hingga saat ini masih dihadapkan pada musibah pandemi Covid-19. Virus yang menyerang pernafasan ini muncul sejak maret 2020 dan menyebar ke seluruh dunia dengan cepat. Adanya pandemi tersebut telah memberikan dampak terhadap semua sektor, terutama pertumbuhan ekonomi Indonesia yang semakin lambat.

Daya beli masyarakat menurun akibat pandemi Covid-19. Salah satu sektor yang paling terdampak akibat pandemi tersebut yaitu UMKM (Usaha Mikro Kecil dan Menengah) (Baker dan Judge, 2020). UMKM merupakan suatu usaha perseorangan atau badan usahan yang mandiri dan dilakukan oleh semua sektor ekonomi. Banyak bisnis UMKM yang tutup akibat konsumsi publik yang tidak stabil dan semakin dibatasi. Dalam hal ini, masyarakat akhirnya memilih media online untuk berbelanja dan melakukan pembelian. Pandemi Covid-19 ini secara tidak langsung akan merubah dunia bisnis dari bisnis *offline* menjad bisnis *online*. Bisnis online ini akan mendapatkan pasar yang luas jika memanfaatkan media sosial hingga market place (Purnomo, 2019).

UMKM yang terdapat di Kelurahan Plosokerep, Kecamatan Sananwetan, Kota Blitar merupakan sebagian kecil usaha yang terkena dampak dari pandemi Covid-19. Usaha tersebut yaitu UMKM Kue Sagon Auliya, Rengginang cap mawar, Fajar Cookies, Kerupuk Sermier, Puding, dan Kerupuk Bawang. Sesuai dengan namanya, dapat langsung diketahui bahwa UMKM tersebut bergerak di bidang makanan. Mayoritas usaha tersebut telah berdiri lebih dari 10 tahun. Setiap usaha tersebut memiliki ciri khas yang menjadi pembeda antara usaha tersebut dengan usaha yang lain. Tetapi usaha-usaha tersebut masih memiliki keterbatasan yang menjadi permasalahan, seperti strategi pemasarannya yang masih belum terorganisir dengan baik. Dalam hal ini, digital marketing menjadi solusi yang tepat yang harus dilakukan oleh pelaku pebisnis UMKM.

*Digital marketing* menjadi solusi yang tepat karena dapat menjangkau konsumen lebih luas dan cepat (Handajani *et al.*, 2019). *Digital marketing* menggunakan media online membawa produk ke pasar, yang tujuannya untuk menarik konsumen membeli dan berinteraksi dengan pelaku usaha. Digital marketing ini dapat mencakup promosi secara online hingga pemasaran online menggunakan *market place*. Oleh sebab itu, penting bagi UMKM untuk mengelola media sosial sebagai promosi hingga market place sebagai pemasarannya.

Minimnya pengetahuan pelaku usaha mengenai digital marketing melatarbelakangi tim KKN Kelompok 141 UPN "Veteran" Jawa Timur untuk melakukan pelatihan serta pendampingan mengenai penggunaan teknologi informasi dan komunikasi untuk pemasaran ini. Pelaku UMKM disini dilatih untuk mempraktikkan secara langsung dengan memanfaatkan media sosial dan internet. Dari pelaksanaan kegiatan pelatihan dan praktek langsung tersebut, pelaku usaha dapat memperoleh wawasan hingga keahlian dalam membuat dan mengelola digital marketing mulai dari promosi hingga pemasarannya.

Permasalahan lain yang dihadapi oleh UMKM di Kelurahan Plosokerep yaitu terkait belum adanya legalitas dan perizinan usaha. Kurangnya pemahaman serta sosialisasi dalam akses pendaftaran perizinan nomor induk berusaha (NIB) menjadi penyebabnya. Padahal,



legalitas ini sangat penting dalam peningkatan pengembangan usaha. Legalitas usaha ini merupakan bentuk persetujuan atau pemberian izin dari pihak berwenang atas penyelenggaraan suatu kegiatan usaha termasuk usaha rumahan atau kecil (Arisanti dkk., 2021). Menurut Respatiningsih (2011), kepemilikan legalias usaha yang lengkap menjadi faktor manajemen UMKM yang baik. Kegiatan usaha akan lancar dan mampu bersaing dalam ranah lokal dan internasional jika memiliki legalitas usaha. Oleh karena itu, kegiatan pengabdian masyarakat oleh tim KKN Kelompok 141 UPN “Veteran” Jawa Timur juga membantu dalam mengurus legalitas usaha untuk UMKM di Kelurahan Plosokerep.

Permasalahan lain juga dihadapi oleh berbagai UMKM di Kelurahan Plosokerep, yakni kurangnya kemampuan dalam mengatur finansial dengan baik. Keadaan tersebut timbul akibat finansial usaha dicampur dengan finansial pribadi. Oleh karena itu, untuk mempertahankan kelangsungan aktivitas bisnis, maka dibutuhkan pengetahuan atau wawasan, keahlian, serta tingkah laku yang tepat untuk mengatur semua bidang usaha secara optimal. Pelaku usaha harus mengetahui cara mengelola keuangan usahanya. Oleh karena itu, kegiatan pengabdian masyarakat oleh tim KKN Kelompok 141 UPN “Veteran” Jawa Timur juga melakukan pelatihan serta pendampingan mengenai pencatatan laporan keuangan secara digital.

Tujuan yang ingin dicapai dari kegiatan ini adalah usaha di Kelurahan Plosokerep, Kecamatan Sananwetan, Kota Blitar dapat menerapkan digital marketing untuk meningkatkan penjualan produk, memiliki legalitas usaha untuk memperluas pasar dan persaingan usaha, serta dapat menerapkan pencatatan laporan keuangan secara digital agar finansialnya terkelola dengan baik.

## 2. METODE

Kegiatan Pengabdian Masyarakat ini berupa pendampingan digital marketing, legalitas usaha, dan pencatatan laporan keuangan. Kegiatan ini dilakukan pada UMKM Kue Sagon Auliya, Renggingang cap mawar, Fajar Cookies, Kerupuk Sermier, Puding, dan Kerupuk Bawang yang berlokasi di Kelurahan Plosokerep, Kecamatan Sananwetan, Kota Blitar. Adapun langkah-langkah kegiatan pelaksanaan pengabdian antara lain:

### 1) Tahap Persiapan

Pada tahap ini, tim pengabdian melakukan survei serta investigasi awal untuk mendapatkan informasi mengenai tantangan serta permasalahan yang dihadapi oleh UMKM. Hasil investigasi menunjukkan bahwa UMKM di Kelurahan Plosokerep memiliki permasalahan berupa kurang luasnya pemasaran yang dilakukan, belum adanya legalitas usaha, dan laporan keuangan yang belum tercatat dengan baik.

### 2) Tahap Penyusunan Kegiatan

Pada tahap ini dilakukan penyusunan program kegiatan berdasarkan hasil survei dan wawancara dengan pemilik usaha. Program tersebut antara lain pendampingan penyusunan strategi digital marketing, pendampingan pengurusan perizinan atau legalitas usaha, dan pendampingan pencatatan laporan keuangan

### 3) Tahap Implementasi

Pada tahap implementasi, diterapkan program kegiatan yang telah disusun dan disetujui oleh mitra UMKM. Kegiatan tersebut yaitu pendampingan penyusunan strategi digital marketing, pendampingan pengurusan perizinan atau legalitas usaha, dan pendampingan pencatatan laporan keuangan yang masing masing dilakukan dengan metode *door to door*.



Chrystia Aji Putra, Aldien Ramadhan, Diah Rahmadani, Alifia Oktaviani Sastra, Yumna Putri Salsabil, Bagus Wahyu Tri Pambudi, Arifiana Nur Hanifah, Indah Nur Hamidah, Reyhan Abiyyu Hartono, Abrar Athaya Yuris Erbinavydho  
Pelatihan dan Pendampingan Melalui Digital Marketing, Legalitas dan Manajemen Keuangan dalam Pengembangan UMKM di Kelurahan Plosokerep Kota Blitar

#### 4) Tahap Evaluasi

Keberhasilan kegiatan diukur melalui tahap ini dan dilakukan setiap selesai program kegiatan, melalui observasi langsung dan wawancara dengan mitra UMKM. Pengukuran efektifitas program dilakukan dengan membandingkan dari program sebelumnya. Jika ada peningkatan atau perkembangan, maka program kegiatan berjalan efektif dan sebaliknya.

### 3. HASIL & PEMBAHASAN

Hasil Kegiatan ini dilakukan sesuai dengan langkah langkah yang telah ditetapkan. Pelaksanaan pengabdian masyarakat awalnya dilakukan wawancara dengan masing masing pemilik UMKM. Beberapa informasi yang didapat yaitu terkait permasalahan pemasaran, legalitas usaha, dan manajemen keuangan. Oleh karena itu, pengabdian masyarakat ini berfokus untuk mengatasi permasalahan tersebut guna menunjang pengembangan usaha dan peningkatan penjualan UMKM Kue Sagon Auliya, Rengginang cap mawar, Fajar Cookies, Kerupuk Sermier, Puding, dan Kerupuk Bawang yang terletak di Kelurahan Plosokerep, Kecamatan Sananwetan, Kota Blitar.

#### 1) Pendampingan *Digital Marketing*



**Gambar 1.** Pendampingan Foto Katalog Produk

Kegiatan digital marketing diawali dengan pendampingan foto katalog produk. Hal ini mengingat bahwa visual produk yang menarik sangat penting dalam pemasaran online. Konsumen tidak berkesempatan untuk melihat dari dekat produk yang akan dibeli, sehingga dengan dilakukan foto katalog produk dapat membantu serta menarik konsumen agar lebih paham dan teratak dengan produk tersebut. Fokus dari pendampingan ini, pelaku UMKM dilatih bagaimana cara menyajikan visual gambar yang menarik customer dengan hanya menggunakan kamera smartphone dan alat alat sederhana. Selain itu, juga dari segi pengambilan *angle* gambar yang tepat, pencahayaan, kefokuskan gambar, sampai hal terpenting yaitu editing. Hasil dari foto produk ini nantinya akan diunggah ke laman online pemasaran milik masing masing UMKM di Kelurahan Plosokerep, Kecamatan Sananwetan, Kota Blitar.



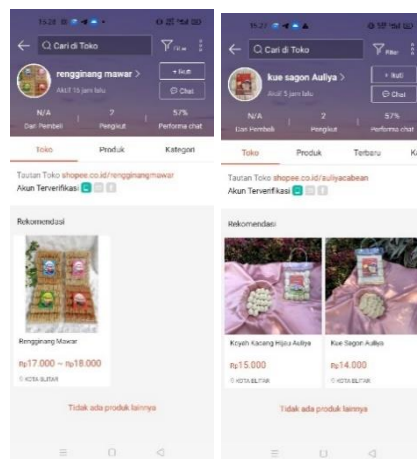
Literasi: Jurnal Pengabdian pada Masyarakat is licensed under a Creative Commons Attribution-Share Alike 4.0 International License. All Rights Reserved e-ISSN 2775-3301



Gambar 2. Hasil Foto Katalog Produk

Kegiatan selanjutnya adalah pendampingan pendaftaran dan pembukaan media sosial instagram untuk masing masing UMKM. Instagram dipilih karena merupakan media sosial yang sangat populer di dunia yang memungkinkan penggunaanya untuk berbagi konten fotografi serta diikuti oleh masyarakat luas. Pelaku UMKM dalam hal ini terlebih dahulu didampingi untuk mendaftarkan diri di Instagram. Kemudian, mitra pelaku UMKM didampingi dan diarahkan untuk melakukan *upload* posting produk ke dalam Instagram. Dalam melakukan postingan produk yang diposting harus memberikan informasi yang dapat dimengerti oleh konsumen, sehingga nantinya konsumen mengetahui jenis dan rasa dari masing-masing produk sendiri. Tujuan adanya pemberian informasi baik itu dari caption maupun foto yang menarik berguna agar diterima dengan baik oleh konsumen.

Kemudian dilatih untuk membuat konten menarik melalui feed di Instagram. Pembuatan *design feed* dilakukan dengan menggunakan aplikasi *canva*. Dalam implementasinya, *design feed* instagram ini ditujukan untuk menarik konsumen supaya nantinya jika keseluruhan *feed instagram* sudah di *upload* dapat menghasilkan output yang bagus. Hasil output ini berupa design template dari setiap postingan, yang nantinya dapat menarik konsumen untuk melihat postingan berupa *design* tersebut.



Gambar 3. Tampilan Market Place Shopee

Tahap yang paling penting dalam pengabdian masyarakat mengenai digital marketing yaitu pendampingan pembukaan *market place shopee*. Pada tahap awal, pelaku UMKM dilatih untuk membuka toko di shopee, mengatur profil toko,



Literasi: Jurnal Pengabdian pada Masyarakat is licensed under a Creative Commons Attribution-Share Alike 4.0 International License. All Rights Reserved e-ISSN 2775-3301

Chrystia Aji Putra, Aldien Ramadhan, Diah Rahmadani, Alifia Oktaviani Sastra, Yumna Putri Salsabil, Bagus Wahyu Tri Pambudi, Arifiana Nur Hanifah, Indah Nur Hamidah, Reyhan Abiyyu Hartono, Abrar Athaya Yuris Erbinavydho  
Pelatihan dan Pendampingan Melalui Digital Marketing, Legalitas dan Manajemen Keuangan dalam Pengembangan UMKM di Kelurahan Plosokerep Kota Blitar

pengaturan privasi, pengaturan chat *auto reply*, pengaturan akun *shopee* notifikasi, pengaturan rekening bank dari *shopeepay*, sampai cara tutup toko sementara. Sebelumnya, pendampingan dilaksanakan, pelaku UMKM diminta untuk menyiapkan email dan nomor handphone yang digunakan untuk membuat akun *shopee*. Kemudian tahap kedua, pelaku UMKM didampingi dan dilatih untuk upload produk dengan memperhatikan hal hal, yaitu kemenarikan foto produk, nama produk, kategori produk, deskripsi produk, harga produk, dan berat produk. Foto produk yang diupload harus jelas dan sesuai dengan produk yang dijual. Nama produk juga harus memiliki cakupan kata yang mungkin dicari oleh customer. Kategori produk sudah disediakan oleh *shopee* dan hanya perlu memilihnya. Deskripsi produk memuat detail mengenai produk yang dijual, mulai dari bahan, ukuran, rasa, dll. Harga produk harus mampu bersaing dengan produk lain yang serupa. Akan tetapi, tetap perlu dilakukan perhitungan yang matang sehingga biaya produksi tetap tercover dan laba tetap didapat. Kemudian berat produk harus disesuaikan dengan berat asli produk, sehingga butuh penimbangan berat bruto, yaitu berat produk dan packingnya. Kemudian tahap pemasaran, pelaku UMKM didampingi dan dilatih untuk melayani pembelian dari konsumen. Pelaku UMKM juga didampingi melakukan pendaftaran gratis ongkir.

2) Pendampingan Pengajuan NIB (Nomor Induk Berusaha)



**Gambar 4.** Pendampingan Pembuatan NIB

Tidak cukup hanya dengan menggunakan strategi yang tepat, upaya pengembangan usaha juga perlu memperhatikan legalitas usaha yang seharusnya dimiliki oleh setiap produk di Indonesia. Pada pendampingan ini, peserta dijelaskan terlebih dahulu alasan kenapa pelaku UMKM harus mempunyai legalitas usaha. Adapun tujuan pendampingan ini adalah untuk mempertahankan eksistensi usaha dan meningkatkan pengembangan usahanya. NIB ini juga digunakan UMKM untuk mendapatkan bantuan sosial. UMKM yang membutuhkan pendampingan ini adalah UMKM Fajar Cookies, Kerupuk Sermier, Puding, dan Kerupuk Bawang.



Literasi: Jurnal Pengabdian pada Masyarakat is licensed under a Creative Commons Attribution-Share Alike 4.0 International License. All Rights Reserved e-ISSN 2775-3301



Gambar 5. Bukti Legalitas UMKM

Pelaku UMKM didampingi untuk membuat perizinan NIB melalui OSS. Perizinan Berusaha Terintegrasi Elektronik atau Single Online Application (OSS) merupakan izin usaha yang diterbitkan oleh lembaga OSS kepada badan usaha melalui sistem elektronik yang terintegrasi atas nama menteri, pimpinan lembaga, gubernur, atau bupati/walikota (Purnawan dkk., 2020). Pertama, pelaku UMKM diarahkan untuk membuka web OSS kemudian melakukan registrasi terlebih dahulu dengan memasukkan NIK, nomor handphone, serta alamat email. Setelah dilakukan aktivasi, maka pendaftar akan mendapatkan email dari OSS untuk melakukan aktivasi. Setelah dilakukan aktivasi, maka pendaftar dapat memilih untuk mengajukan permohonan pembuatan NIB dan IUMK, kemudian mengisi kelengkapan Kdata pribadi dan data usaha. Proses pendaftaran pembuatan NIB. Setelah berkas serta data sudah lengkap, maka NIB akan dikeluarkan secara resmi langsung oleh pemerintah. Artinya UMKM Fajar Cookies, Kerupuk Sermier, Puding, dan Kerupuk Bawang telah teridentifikasi sebagai badan usaha dalam melaksanakan kegiatan usaha.

3) Pendampingan Pencatatan Keuangan

Pendampingan ini diawali dengan pelaku UMKM mengunduh aplikasi BukuKas pada handphone. Kemudian, pelaku UMKM didampingi untuk melakukan registrasi dengan memasukkan nomor Whatsapp (WA). Kemudian pelaku UMKM akan menerima pemberitahuan kode OTP dan memasukkan OTP ke kolom yang telah tersedia. Selanjutnya, mengisi identitas BukuKas seperti nama toko, kategori bisnis, dan aplikasi BukuKas pun bisa mulai digunakan oleh pelaku UMKM. Pelaku UMKM juga didampingi untuk mengoperasikan BukuKas, diawali dengan mengenalkan fitur-fitur yang ada, fitur transaksi digunakan untuk melakukan penjualan dan pengeluaran stok persediaan sehingga jika terjadi penjualan barang secara otomatis akan mengurangi persediaan barang. Kemudian ada aplikasi hutang piutang, aplikasi hutang digunakan untuk transaksi pembelian secara kredit dan piutang digunakan jika terjadi penjualan secara kredit. Fitur stok barang, untuk melihat berapa jumlah barang yang tersisa dan penambahan stok barang jika stok barang sudah berada di angka minimum. Kemudian ada fitur profil untuk membuka akun BukuKas serta menghapus pembukuan lama. Setelah mengenal fitur-fitur dalam aplikasi Buku Kas, langkah selanjutnya yaitu memberikan contoh pencatatan laporan keuangan yang akan menghasilkan harga pokok penjualan dan laporan posisi



Chrystia Aji Putra, Aldien Ramadhan, Diah Rahmadani, Alifia Oktaviani Sastra, Yumna Putri Salsabil, Bagus Wahyu Tri Pambudi, Arifiana Nur Hanifah, Indah Nur Hamidah, Reyhan Abiyyu Hartono, Abrar Athaya Yuris Erbinavydho  
Pelatihan dan Pendampingan Melalui Digital Marketing, Legalitas dan Manajemen Keuangan dalam Pengembangan UMKM di Kelurahan Plosokerep Kota Blitar

keuangan. Laporan penjualan ini dapat di unduh dalam bentuk pdf atau excel, sehingga pelaku UMKM bisa mengetahui bagaimana mencatat harga pokok dengan benar dan memprediksi keuntungan yang ditetapkan.



**Gambar 6.** Pendampingan Pencatatan Keuangan

Aplikasi Buku Kas dipilih dengan alasan bentuknya yang sederhana, dimana dapat memudahkan para pelaku UMKM untuk memahami dalam membaca laporan keuangannya. Hampir semua UMKM tidak paham tentang akuntansi dan menganggap membuat laporan keuangan itu sulit, sehingga aplikasi Buku Kas adalah solusinya.

Tahap Evaluasi menunjukkan bahwa terjadi adanya dampak positif setelah pendampingan yang dilakukan melalui kegiatan pengabdian masyarakat ini. Pihak mitra UMKM di Kelurahan Plosokerep dapat mengimplemantasikan *digital marketing*, memiliki NIB, dan mencatat keuangan secara digital. Kegiatan pendampingan akan terus dilakukan hingga masa waktu pengabdian masyarakat usai.

#### 4. KESIMPULAN

Pelaku UMKM di Kelurahan Plosokerep, Kecamatan Sananwetan, Kota Blitar terbantu dengan adanya program kerja digital marketing, penerbitan legalitas usaha NIB, dan pencatatan keuangan secara digital. Pemasaran secara digital dapat membantu UMKM memasarkan produk lebih luas, penerbitan legalitas usaha berupa NIB dapat membantu UMKM untuk dapat berdaya saing di tingkat lokal hingga internasional. Kemudian dengan keahlian pencatatan keuangan secara digital, UMKM dapat mudah untuk memahami dalam membaca laporan keuangannya. Kegiatan program kerja ini berjalan lancar dan memiliki timbal balik yang dinilai dari komunikasi dua arah dengan pelaku UMKM.

Berdasarkan hasil pemantauan didapati bahwa UMKM yang kami dampingi yaitu UMKM Sagon dan UMKM Rengginang Cap Mawar berhasil mengembangkan bisnisnya mulai dari branding hingga foto produk yang lebih kreatif. Kedua UMKM tersebut juga sudah mulai mengaktifkan kembali media sosialnya dan merubah desain feeds mereka menjadi lebih menarik. Perkembangan ini menunjukkan bahwa pelatihan dan pendampingan yang diberikan oleh kelompok 141 KKN mengenai digitalisasi UMKM berhasil merubah UMKM yang awalnya masih konvensional menjadi digital. Diharapkan perkembangan ini dapat terus dipertahankan dan menjadi awal baru bagi UMKM di Kelurahan Manukan Kulon untuk berjuang mempertahankan usahanya dan menghidupkan ekonomi kerakyatan melalui



Literasi: Jurnal Pengabdian pada Masyarakat is licensed under a Creative Commons Attribution-Share Alike 4.0 International License. All Rights Reserved e-ISSN 2775-3301



digitalisasi. Berdasarkan hasil kegiatan yang telah dilakukan oleh kelompok 141 KKN, maka berikut adalah beberapa saran yang dapat diberikan untuk menyukseskan digitalisasi UMKM:

- 1) Setiap UMKM harus sering melakukan peninjauan materi dan juga berlatih terkait praktik yang telah diberikan selama kegiatan pelatihan.
- 2) Perangkat desa harus sering melakukan evaluasi perkembangan setiap UMKM dan melakukan penilaian terstruktur untuk mengetahui apa yang perlu diperbaiki agar digitalisasi UMKM.
- 3) Kelompok 141 KKN sebagai pelaksana KKN tetap memantau perkembangan UMKM serta tetap memberikan informasi seperti webinar kewirausahaan, informasi pameran, dan informasi lain untuk pengembangan UMKM.

Saran yang direkomendasikan agar pelaku UMKM mengimplemantasikan digital marketing dan pencatatan keuangan digital secara berkelanjutan hingga dapat benar-benar berdampak pada peningkatan pengembangan usaha dan pendapatan ekonomi.

## 5. UCAPAN TERIMA KASIH

Penulis mengucapkan terima kasih kepada Lembaga Penelitian dan Pengabdian Masyarakat Universitas Pembangunan Nasional "Veteran Jawa Timur". Ucapan terimakasih kami kepada Dosen Pembimbing Lapangan Chrystia Aji Putra, S.Kom., M.T dan juga khususnya Lurah Plosokerep beserta jajarannya yang selalu mendukung kami dalam menjalankan setiap program kerja kami serta pelaku UMKM di Kelurahan Plosokerep Kecamatan Sananwetan Kota Blitar yang telah memberikan dukungan finansial dalam kegiatan pengabdian masyarakat ini, serta atas ketersediaan untuk menerima ilmu baru, sehingga kegiatan ini dapat dilakukan secara lancar. Sekian semoga program kerja kami dapat membawa manfaat bagi seluruh para pelaku UMKM Kota Blitar khususnya.

## DAFTAR PUSTAKA

- Arisanti, Ike., Saputri, Novitasari. (2021). Pendampingan Legalitas Usaha dan Digital Marketing pada UMKM Makanan di Kota Batu. *Jurnal Pengabdian Kepada Masyarakat*. 5(3): 421-427.
- Baker, T., & Judge, K. (2020). How to Help Small Business Survive COVID-19. *Columbia Law and Economics Working Paper*, (620).
- Handajani, L., Furkan, L. M., & Rifa'i, A. (2019). Penggunaan Pemasaran Digital pada Usaha Home Industry Kopi Lombok di Desa Sigerongan Kabupaten Lombok Barat. *Abdi Insani*. 6(3): 409-421.
- Purnawan, A., Khisni, A., & Adillah, S.U. (2020). Penyuluhan Hukum Pendaftaran Izin Usaha Mikro Kecil (IUMK) di Kota Semarang melalui Sistem Online Single Submission (OSS). *Indonesian Journal of Community Services*. 2(1): 1-10.
- Purnomo, F. (2019). Program Ladit (Lapak Digital): Optimalisasi Media Digital sebagai Wadah dalam Pengembangan UMKM di Madura. *Jurnal Studi Manajemen dan Bisnis*. 6(2): 89-95.
- Dedi Purwana, Rahmi, dan Shandy Aditya. 2017. Pemanfaatan Digital Marketing Usaha Mikro Kecil dan Menengah UMKM Duren Sawit, *Jurnal Pemberdayaan Masyarakat Madani*, Vol.1. No.1.
- Gaol, CHR. Jimmy L, 2014. A to Z Human Capital (Manajemen Sumber Daya Manusia) Konsep, Teori, dan Pengembangan dalam Konteks Organisasi Publik dan Bisnis, PT. Gramedia Widiasarana, Jakarta.



Chrystia Aji Putra, Aldien Ramadhan, Diah Rahmadani, Alifia Oktaviani Sastra, Yumna Putri Salsabil, Bagus Wahyu Tri Pambudi, Arifiana Nur Hanifah, Indah Nur Hamidah, Reyhan Abiyyu Hartono, Abrar Athaya Yuris Erbinavydho  
Pelatihan dan Pendampingan Melalui Digital Marketing, Legalitas dan Manajemen Keuangan dalam Pengembangan UMKM di Kelurahan Plosokerep Kota Blitar

- Peter Montoya, T. V. (2008). *The Brand Called You: Make Your Business Stand Out in a Crowded Marketplace*. New York: McGraw Hill Professional.
- Singh, R.K., 2011. Developing the framework for coordination in supply chain of SMEs. *Business Process Management Journal*. DOI 10.1108/14637151111149456.
- Tarute, A. and Gatautis, R., 2014. ICT impact on SMEs performance. *Procedia-social and behavioral Sciences*, 110, pp.1218-1225.



Literasi: Jurnal Pengabdian pada Masyarakat is licensed under a Creative Commons Attribution-Share Alike 4.0 International License. All Rights Reserved e-ISSN 2775-3301