

## **Digitalisasi Hasil Produksi UMKM Bancar Purbalingga untuk Mengoptimalkan Kegiatan Pemasaran Produk Makanan Ringan (Snack)**

**Muhammad Hery Santoso<sup>1\*</sup>, Mutiasari<sup>2</sup>, Herni Utami Rahmawati<sup>3</sup>,  
Nurul Hasanah<sup>4</sup>, Guntoro<sup>5</sup>**

<sup>1</sup>Manajemen, Komputerisasi Akuntansi, STMIK Widya Utama, Purwokerto, Indonesia

<sup>2,3,4,5</sup>Manajemen, STIE Satria, Purwokerto, Indonesia

Email: <sup>1\*</sup>muhhery@swu.ac.id, <sup>2</sup>sarimutia09@gmail.com, <sup>3</sup>herniutamirahmawati@gmail.com, <sup>4</sup>nurul.hs09@gmail.com, <sup>5</sup>guntoro.ah@gmail.com

**Abstrak**—UMKM mampu menjadi penggerak perekonomian serta memancing sektor-sektor lain untuk tumbuh, berkembang dan mampu mengurangi pengangguran dan kemiskinan. Sektor ini dapat menyerap tenaga kerja yang cukup besar serta memberikan peluang bagi UMKM untuk berkembang serta dapat bersaing dengan perusahaan lain. Namun sejak tahun 2020, saat pandemi Covid 19 terjadi di Indonesia, sektor UMKM mengalami pukulan telak dan bahkan banyak yang gulung tikar karena adanya pembatasan pergerakan masyarakat atau PPKM. Pada situasi pasca pandemi ini tim pengabdian masyarakat mencoba membantu UMKM dengan melakukan training dan pendampingan (mentorship) usaha agar dapat bangkit dari keterpurukan. Mitra kegiatan pengabdian masyarakat ini adalah para pelaku UMKM makanan ringan (snack) berupa egg roll, criping, makaroni keju, abon, dan nastar di Kelurahan Bancar Purbalingga yang produknya masih dipasarkan secara terbatas di lingkup karesidenan Banyumas. Selama ini kegiatan pemasaran dilakukan dari mulut ke mulut dan dititipkan di toko langganan sehingga sulit meningkatkan penjualan dan mengembangkan usahanya. Metode pelaksanaan pengabdian masyarakat meliputi (1) analisa situasi dan identifikasi masalah mitra, (2) menetapkan solusi masalah dan target capaian kegiatan, dan (3) evaluasi kegiatan. Solusi yang ditawarkan adalah meningkatkan kegiatan pemasaran yang berdampak pada peningkatan produktivitas usaha dan omzet penjualan dengan menerapkan digitalisasi produk UMKM. Melakukan training dan mentorship kepada mitra tentang pemanfaatan website untuk melakukan promosi produk secara digital. Hasil dari kegiatan ini diharapkan dapat (1) meningkatkan pemahaman dan pengetahuan mitra mengenai pentingnya digitalisasi produk untuk pemasaran yang lebih efisien, (2) mempunyai katalog produk digital (3) meningkatkan jangkauan promosi karena dilakukan melalui internet dan jejaring media sosial.

**Kata Kunci:** UMKM; Digitalisasi Produk; Media Sosial; Pemasaran Produk UMKM

**Abstract**—MSMEs are able to drive the economy and lure other sectors to grow, develop and reduce unemployment and poverty. This sector can absorb a large enough workforce and provide opportunities for MSMEs to develop and be able to compete with other companies. However, since 2020, when the Covid 19 pandemic occurred in Indonesia, the MSME sector has suffered a severe blow and many have even gone out of business due to restrictions on community movements or PPKM. In this post-pandemic situation, the community service team is trying to help MSMEs by conducting business training and mentoring so they can rise from adversity. The partners for this community service activity are MSME actors in snacks in the form of egg rolls, chips, cheese macaroni, shredded and nastar in Bancar Purbalingga Village whose products are still marketed in a limited manner within the Banyumas residency. So far, marketing activities have been carried out by word of mouth and placed in customer stores, making it difficult to increase sales and develop their business. Methods for implementing community service include (1) situation analysis and identification of partners' problems, (2) determining problem solutions and activity achievement targets, and (3) activity evaluation. The solution offered is to increase marketing activities which have an impact on increasing business productivity and sales turnover by implementing digitization of MSME products. Conduct training and mentorship to partners regarding the use of websites to promote products digitally. The results of this activity are expected to (1) increase partners' understanding and knowledge regarding the importance of product digitization for more efficient marketing, (2) have a digital product catalog (3) increase the reach of promotions because they are carried out via the internet and social media networks.

**Keywords:** MSME; Product Digitalization; Social Media; MSME Product Marketing

### **1. PENDAHULUAN**

Pandemi Covid-19 yang melanda seluruh dunia telah mempengaruhi kegiatan seluruh lapisan masyarakat terutama di wilayah Indonesia yang dampaknya turut berkontribusi terhadap keterpurukan ekonomi Indonesia. Inilah yang ditakuti semua orang, karena menyebabkan sektor usaha mikro, kecil dan menengah (UMKM) mengalami pukulan telak.

Selama ini Ekonomi masyarakat Indonesia telah bergerak dikarenakan adanya kontribusi dari sektor UMKM yang produknya kebanyakan berhubungan dengan kebutuhan utama masyarakat sehingga menjadi jaring pengaman kebutuhan rakyat (Santoso, dkk, 2022). Salah satu kelebihan sektor UMKM adalah selalu mampu bertahan dalam situasi krisis ekonomi, hal ini disebabkan karena struktur modalnya tidak bergantung dari sumber luar negeri.

UMKM juga mampu menjadi penggerak perekonomian serta memancing sektor-sektor lain untuk tumbuh dan berkembang dan mampu mengurangi pengangguran dan kemiskinan (Santoso, dkk, 2022). UMKM merupakan jenis usaha skala rumahan harus selalu melakukan inovasi baik produk yang dihasilkan maupun kegiatan pemasarannya agar tetap mampu bersaing sesuai perkembangan jaman (Hananto dan Sulistyono, 2022). Salah satu strategi yang digunakan UMKM Kelurahan Bancar, Kabupaten Purbalingga, Jawa Tengah untuk meningkatkan fitur pemasaran adalah dengan cara digitalisasi produk. Penggunaan teknologi internet dapat dijadikan sebagai salah satu media untuk menjalankan bisnis usaha secara digital dan dapat mempermudah aktivitas masyarakat tanpa batasan ruang dan waktu sehingga dapat diakses kapanpun dan di manapun (Santoso, dkk, 2022). Teknologi informasi memiliki sejumlah keuntungan diantaranya memberikan peluang memperluas akses pasar, sebagai media pemasaran dan masih banyak lagi melalui platform digital. Penggunaan teknologi tersebut salah satu penyebabnya adalah masyarakat semakin jarang beraktivitas di luar ruangan akibat wabah Covid-19 yang membuat daya beli masyarakat menurun berakibat banyak pelanggan menjauh dan bermigrasi melalui pembelian digital. Pandemi Covid-19 yang timbul sejak tahun 2020 secara tidak langsung telah mendorong perubahan baru dalam situasi dunia usaha di Indonesia yaitu berpindahnya bisnis konvensional (offline) menjadi bisnis digital (online) (Hanim, dkk, 2021).

Kelurahan Bancar merupakan salah satu desa di Kecamatan Purbalingga Kabupaten Purbalingga Jawa Tengah terdapat beberapa UMKM yang memproduksi makanan ringan snack, sangat membutuhkan perbaikan cara pemasarannya yaitu dari model konvensional menjadi sistem digital. Dengan teknik ini para pelaku UMKM berencana akan terus bermotivasi untuk melakukan berbagai inovasi dengan memanfaatkan teknologi informasi untuk memasarkan produknya secara digital.

Digital marketing merupakan media yang sering dipakai oleh para pelaku usaha termasuk UMKM untuk menyesuaikan diri dengan perilaku pembelian konsumen dalam mengikuti arus digitalisasi, yang memungkinkan konsumen dapat melihat berbagai barang melalui internet karena sebagian besar informasi mengenai berbagai produk sudah tersedia secara digital/online, kemudahan dalam pemesanan dan kemampuan konsumen membandingkan antar produk (Febriyantoro dan Arisandi, 2018).

Berdasarkan uraian di atas pemanfaatan media digital bagi pelaku UMKM Bancar sangat penting digunakan untuk membantu tumbuh kembang usaha dan meningkatkan kemampuan bersaing di era digital saat ini. Melalui kegiatan pengabdian masyarakat dari perguruan tinggi dengan cara melakukan pendampingan digitalisasi produk diharapkan para pelaku UMKM dapat memasarkan produk dengan kinerja yang lebih efisien dan penuh kemandirian.

Pelaku UMKM Kelurahan Bancar yang menjalankan usaha terdiri dari beberapa jenis produk kerajinan dan kuliner, namun dalam kegiatan pengabdian kali ini yang dijadikan sebagai mitra untuk dilakukan pendampingan tentang digitalisasi produk adalah terbatas hanya untuk para pengusaha makanan ringan (snack) seperti macaroni keju, egg roll, nastar, abon, dan aneka keripik. Di bawah ini adalah produk makanan ringan UMKM Bancar Purbalingga yang disajikan secara digital.



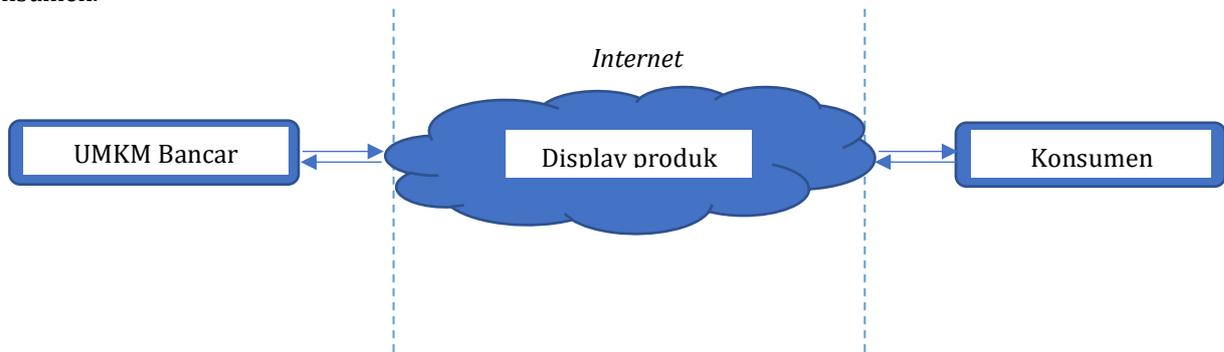
Gambar 1. Produk UMKM Bancar

Berdasarkan analisis dan identifikasi masalah Tim Pengabdian Masyarakat, disimpulkan bahwa produk makanan ringan / snack yang diproduksi oleh pengusaha UMKM Bancar mengalami kesulitan saat mengkomersialkan produknya. Sebelumnya, pemasaran produk makanan ringan / snack UMKM Bancar dilakukan dari mulut ke mulut, sehingga kurang menguntungkan, produk tidak diketahui masyarakat serta mengakibatkan rendahnya volume penjualan dan produktivitas usaha.

Keterbatasan pengetahuan dan informasi menjadi penyebab para pengusaha UMKM makanan ringan / snack dari Kelurahan Bancar belum memanfaatkan teknologi informasi untuk mengoptimalkan pemasaran produknya. Berdasarkan permasalahan di atas, tim memberikan solusi untuk melakukan penyuluhan, pelatihan dan pendampingan bidang manajemen pemasaran melalui pemanfaatan peran teknologi informasi agar produksi dan penjualan makanan ringan / snack UMKM Bancar dapat berjalan optimal.

Teknologi informasi yang dipakai di sini berperan membantu menampilkan atau mendisplay produk-produk UMKM Bancar yang disajikan secara online di internet, sehingga nantinya dapat diakses oleh pengguna internet atau konsumen dari sembarang tempat. Dengan mendisplay produk-produk secara virtual di internet akan membantu kegiatan penjualan menjadi lebih efisien karena tidak membutuhkan tempat atau ruangan untuk dijadikan sebagai showroom dan meminimalisir biaya operasional usaha (Putri dan Hariyanti, 2022).

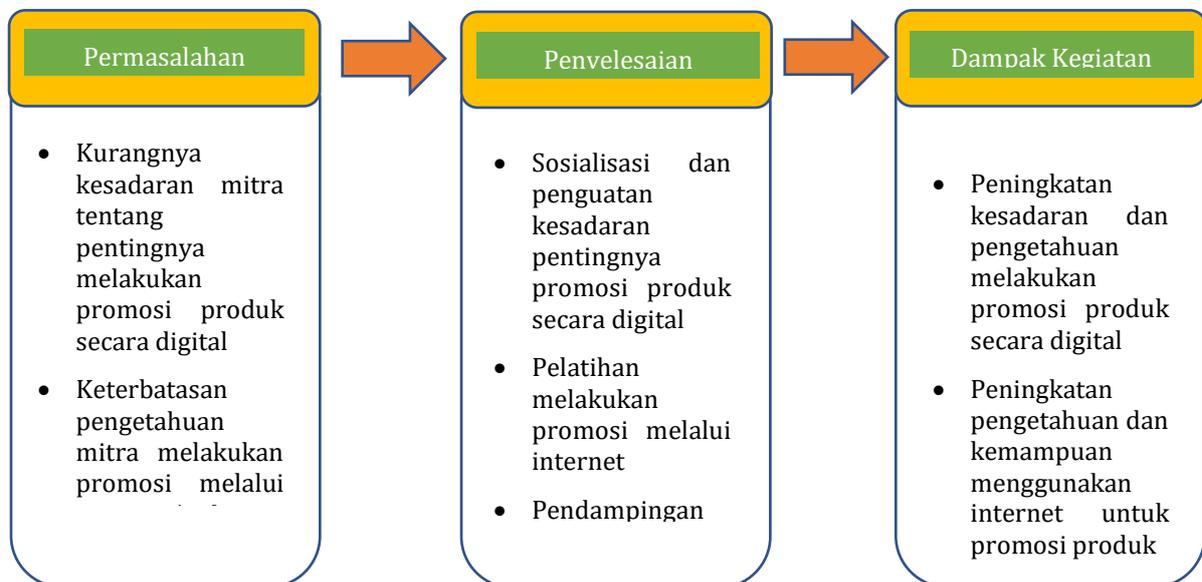
Tim pengabdian merancang skema mekanisme digitalisasi produk UMKM Kelurahan Bancar seperti pada ilustrasi gambar 1, bahwa UMKM Bancar memproduksi makanan ringan /snack yang di display dalam sebuah website kemudian akan diakses oleh pengguna internet atau netizen dimanapun berada dan selanjutnya dapat berpotensi menimbulkan respon dari pengguna berupa transaksi antara pengusaha UMKM Bancar dengan konsumen.



Gambar 2. Skema Digitalisasi Produk UMKM Bancar

## 2. METODE PELAKSANAAN

Tahapan mengenai isu mitra dalam kegiatan pengabdian ini dapat dilihat dengan menggunakan kerangka kerja berikut (Santoso, dkk, 2022):



Gambar 3. Mekanisme Kegiatan Pengabdian Masyarakat untuk Menyelesaikan Masalah Mitra

## Pendekatan Mekanisme Kegiatan

Pendekatan yang digunakan dalam melaksanakan kegiatan pengabdian masyarakat ini adalah sebagai berikut:

### 1. Sosialisasi dan penguatan

Kegiatan pengabdian masyarakat dimulai dengan melakukan sosialisasi dan penguatan kesadaran pentingnya kegiatan digitalisasi produk UMKM Bancar agar lebih mudah dalam pengelolaan informasi produk yang efisien supaya dapat disebarluaskan melalui internet kepada masyarakat luas agar produk cepat dikenal dan dapat berpotensi menimbulkan transaksi yang berpengaruh pada penjualan. Menjelaskan beragam strategi pemasaran produk yang dapat dipakai untuk melakukan promosi secara online disesuaikan dengan kondisi dan kemampuan mitra. Dalam kegiatan ini, salah satu yang diusulkan adalah menerapkan promosi produk secara online menggunakan media digital dengan cara mendisplay produk-produk UMKM dalam sebuah website. Dilanjutkan penyampaian materi tentang tatacara melakukan penjualan dan promosi secara online menggunakan media digital. Materi disampaikan secara langsung kepada mitra dan bertempat di salah satu pengusaha UMKM Bancar Purbalingga serta di laboratorium komputer STMIK Widya Utama.

### 2. Berbagi pengetahuan

Tim pengabdian menyampaikan materi dengan maksud untuk berbagi pengetahuan dengan para mitra yaitu para pengusaha UMKM makanan ringan / snack Kelurahan Bancar melalui kegiatan penyuluhan yang disertai tanya jawab dan diskusi untuk membantu mitra memahami ide-ide yang disajikan dalam pelaksanaan penyampaian materi dan mempraktikannya. Kegiatan ini bermanfaat membantu para mitra memecahkan masalah yang dihadapi dengan lebih baik dan mencapai tujuan usaha mereka lebih cepat dan efisien. Materi yang disampaikan berupa tata cara, proses dan persyaratan melaksanakan digitalisasi produk dan bagaimana melakukan promosi melalui internet. Melalui kegiatan ini diharapkan permasalahan yang dihadapi mitra dapat terpecahkan dan tujuan pengabdian masyarakat tercapai.

### 3. Training dan mentorship

Kegiatan berikutnya setelah penyampaian materi dilanjutkan melakukan training kepada mitra. Training tersebut meliputi bagaimana melakukan digitalisasi produk, cara membuat display produk dalam website dan melakukan promosi menggunakan media internet. Training dimulai dengan cara bagaimana mengoperasikan komputer, laptop, HP/smartphone dan tablet, lalu bagaimana membuka browser internet pada perangkat tersebut, membuat display produk, dan mempromosikan produk dalam website. Kemudian menerangkan menu yang ada dalam website produk. Bagaimana mengelola informasi yang ada dalam website dan bagaimana melakukan penjualan secara online. Terakhir, tim melakukan pendampingan sepanjang dibutuhkan oleh mitra dengan tujuan agar mitra semakin mandiri dan pada akhirnya tujuan kegiatan pengabdian masyarakat ini tercapai.

Mitra kegiatan pengabdian masyarakat kali ini adalah para pelaku usaha UMKM makanan ringan di Kelurahan Bancar Kecamatan Purbalingga Kabupaten Purbalingga. Peserta yang terlibat adalah perwakilan UMKM dari Kelurahan Bancar yang berjumlah lima mitra binaan. Mitra tersebut merupakan pelaku ekonomi yang belum paham dan belum menerapkan digitalisasi produk online di sektor bisnis. Keikutsertaan mitra dalam program pengabdian ini melibatkan seluruh program pengabdian masyarakat, mulai dari perumusan masalah, perencanaan program, penjadwalan, pelaksanaan program hingga tahap evaluasi kegiatan, dengan mitra berperan aktif dalam kegiatan sosialisasi dan training.

## 3. HASIL DAN PEMBAHASAN

Hasil pelaksanaan pengabdian masyarakat dalam mendukung kegiatan digitalisasi produk UMKM makanan ringan / snack Kelurahan Bancar Purbalingga melalui proses kegiatan terstruktur dan sistematis, yaitu:

- a. Ceramah penyampaian materi; Penjelasan kepada mitra mengenai cara menggunakan media internet, tata cara melakukan promosi secara online, penggunaan komputer/laptop, smatphone/tablet untuk mengakses internet, macam-macam media digital dan kegunaannya bagi kegiatan bisnis. Cara menggunakan website untuk melakukan promosi dan berinteraksi dengan konsumen melalui internet.
- b. Diskusi dan tanya jawab; Peserta pelatihan diberi kesempatan untuk bertanya tentang materi yang sudah disampaikan agar sharing pengetahuan berhasil dan wawasan peserta bertambah.
- c. Praktik; Pemateri memandu peserta untuk mempraktikan materi yang sudah disampaikan.
- d. Mentorship; Tim pengabdian masyarakat melakukan mentorship atau pendampingan pada mitra selama diperlukan berkaitan dengan materi yang sudah dipraktikan.

Selama pelaksanaan kegiatan pengabdian masyarakat, mitra yang mengikutinya adalah perwakilan dari pengusaha makanan ringan/snack yang ada di Kelurahan Bancar Purbalingga sebagai berikut:

1. Heni Priyani (UMKM Nilma) dengan produk Makaroni keju dan Eggroll.

UMKM Nilma beralamat di Jalan Letnan Akhmadi No 43 RT. 03 RW. 05 Desa Bancar Kecamatan Purbalingga Provinsi Jawa Tengah. Usaha Heni Priyani (Nilma) bergerak dalam bidang makanan ringan yang didirikan pada tanggal 16 agustus 2018 oleh ibu Heni sendiri di Desa Bancar. Usaha kecil ini dimulai dengan melibatkan anggota keluarga dan seorang karyawan, awal mulanya usaha berdiri dengan menitipkan produk makanan ringan seperti makaroni keju dan eggroll ke sekolah-sekolah dan warung-warung namun seiring berjalannya waktu dengan meningkatnya animo dan kepuasan konsumen, usaha ini terus berkembang. Pemilik usaha Heni Priyani (Nilma) secara bertahap memasarkan produknya dari mulut ke mulut membuat bertambahnya pelanggan yang menggemari produk ini mulai dari anak-anak sampai ibu-ibu serta kalangan menengah ke bawah pun menyukai jajanan yang dijual dengan harga terjangkau. Produk dari UMKM ini memiliki ijin P-IRT NO. 2063303011145-25, dan cara pemasarannya masih dititipkan ke toko langganan, menerima pemesanan via aplikasi whatsapp serta dijajakan dari rumah ke rumah, berikut produk dari UMKM ini.



Gambar 4. Egg roll UMKM Nilma



Gambar 5. Makaroni keju UMKM Nilma

2. Ranti Mega UMKM dengan produk Nastar.

UMKM Ranti Nastar yang awalnya hanya usaha sampingan kini telah dikembangkan menjadi usaha utama untuk ibu Ranti sendiri di Kelurahan Bancar Purbalingga Provinsi Jawa Tengah. Usaha kecil ini dimulai dengan anggota keluarga, awal mulanya usahanya berdiri dengan menitipkan produk makanan ringan seperti Nastar dan Kue kepada tetangga maupun komunitas PKK, namun seiring dengan berjalannya waktu dengan meningkatnya kepuasan pelanggan, usaha ini terus berkembang. Kemudian dengan banyaknya pesanan yang masuk membuat Ranti Mega lebih semangat untuk menjajakan produknya ke masyarakat sekitar maupun melalui sosial media. Produk dari Ranti Mega UMKM ini memiliki P-IRT NO. 2063303021191-25. Selama ini Metode pemasaran masih dititipkan ke toko langganan, menerima pemesanan via aplikasi whatsapp serta dijajakan dari rumah ke rumah dan berikut produk dari UMKM Ranti Mega.



Gambar 6. Kue Nastar UMKM Ranti Mega

3. Hj. Pujiati UMKM dengan produk Koki Abon

UMKM yang beralamat di jalan Sekar Seroja 1 No. 23 Kecamatan Purbalingga Jawa Tengah. Usaha produksi abon yang berdiri pada tahun 1968, berawal dari kecintaan terhadap kuliner dan keinginan ibu Hj. Pujiati Imam Subagyo untuk mengelola daging sapi agar dapat di konsumsi semua kalangan dan terciptalah kuliner abon sapi. Dari sinilah awal mula abon sapi mulai berjalan dan terus berkembang. Sampai saat ini usahanya terus

berkembang dan citarasanya semakin dapat diterima oleh masyarakat. Selain memproduksi abon dari sapi juga banyak varian lainnya seperti abon ayam, abon lele, serundeng dan sebagainya. Dengan adanya usaha ini diharapkan semakin menambah kecintaan terhadap produk lokal Purbalingga. Pemasaran yang dilakukan UMKM ini masih di titipkan ke toko langganan serta melalui media sosial IG dan FB. Berikut produk yang dihasilkan oleh UMKM Hj Pujiati.



**Gambar 7.** Produk abon UMKM Ranti Mega

#### 4. Ibu Basiroh UMKM dengan produk Sriping/Keripik merk Inyong

UMKM ini mempunyai tempat usaha di Jalan Kanoman Kecamatan Purbalingga Provinsi Jawa Tengah. Usaha pembuatan sriping atau kripik merk Inyong ini berdiri sejak tahun 1992 yang berawal dari usaha coba-coba karena tetangga ada yang menjual talas, kemudian ibu Baisaroh mencoba mengelola talas menjadi produk sriping atau ceriping. Hal itu menimbulkan ide untuk memproduksi sriping dan dijual secara rutin untuk di titipkan pada tetangga. Produk UMKM ini, Selain sriping talas juga mengembangkan produk lainnya yaitu sriping pisang dengan bahan baku buah pisang yang mudah didapatkan di sekitar tempat tinggalnya dan sriping dari buah nangka. Berbagai varian rasa dihasilkan dari UMKM ini seperti rasa original, asin, manis dan sebagainya. Pemasaran produk sriping ini masih dijajakan atau dititipkan di etalase toko serta menggunakan media sosial IG, FB untuk menjangkau pasar yang lebih luas. Berikut produk dari UMKM Ibu Basiroh.



**Gambar 8.** Produk Sriping UMKM Ibu Basiroh merk Inyong



**Gambar 9.** Produk Sriping pelepah pisang UMKM Ibu Basiroh

5. Arman Snack UMKM dengan produk cemilan Jamur Crispi

Usaha cemilan jamur crispy ini mempunyai tempat usaha di Jalan Letjen S. Parman Kecamatan Purbalingga Provinsi Jawa Tengah. UMKM ini mulai berdiri pada tahun 2019 karena pada awalnya melihat bahan baku jamur yang ada sangat mudah ditemui sehingga membuat Pak Arman melakukan inovasi dengan membuat cemilan jamur crispy yang merupakan jajanan murah sehat dan bergizi, usaha yang dimulai dari usaha kecil-kecilan bersama istri bertujuan ingin menambah penghasilan rumah tangga dengan membuat jamur menjadi makanan ringan. Salah satu jenis cemilan ringan yang sedang digemari masyarakat saat ini adalah jamur crispy, cemilan ini menggunakan bahan dasar jamur tiram dan tepung terigu. Meninjau dari ketertarikan masyarakat daerah purbalingga khususnya kalangan muda mudi serta anak-anak membuat Pak Arman mengembangkan jamur crispy dengan berbagai varian rasa seperti rasa balado, keju, dan jagung manis yang disesuaikan dengan lidah masyarakat sekitar.



**Gambar 10.** Produk jamur crispy Arman snack UMKM



**Gambar 11.** Produk jamur crispy rasa pedas Arman snack UMKM

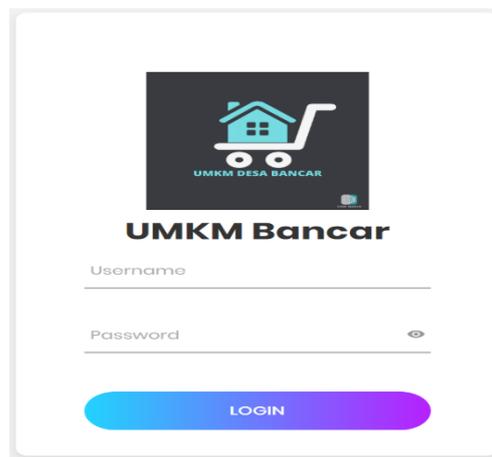
Kegiatan pengabdian masyarakat yang dilakukan oleh tim pada bulan Oktober 2022 sampai November 2022, menghasilkan temuan bahwa produk UMKM Kelurahan Bancar memiliki potensi tinggi untuk dikembangkan menjadi produk unggulan lokal Purbalingga karena memiliki keunikan dalam hal bahan baku yang digunakan dan cita rasa yang ditawarkan. Namun produk-produk tersebut memiliki kekurangan dalam cara menampilkan atau mendisplay produk dengan sajian yang menarik agar mendapatkan perhatian dari masyarakat

atau konsumen. Semakin menarik tampilan atau display produk, akan meningkatkan potensi terjadinya “closing” atau transaksi penjualan oleh masyarakat atau konsumen.

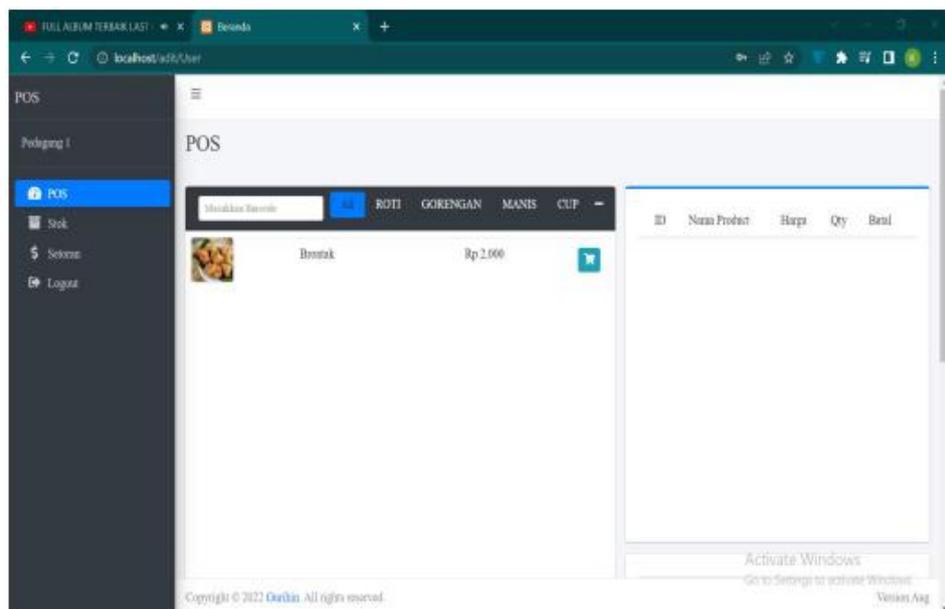
Kekurangan selanjutnya adalah pemasaran produk masih dilakukan secara tradisional dari mulut ke mulut dan dititipkan pada toko langganan dan hanya sebagian yang sudah menggunakan jaringan media sosial (WA, IG, FB). Untuk itu tim berinisiatif mengusulkan kepada para pengusaha UMKM makanan ringan Kelurahan Bancar sebagai mitra untuk membuat tampilan produk yang menarik dengan display yang bagus sehingga menimbulkan kesan professional, seperti foto-foto yang disajikan pada gambar sebelumnya.

Diharapkan dengan tampilan produk yang bagus dan professional akan meningkatkan jumlah konsumen yang tertarik dan mau membeli produk makanan ringan dari UMKM Bancar. Selanjutnya agar produk semakin dikenal oleh masyarakat maka foto-foto produk tersebut harus diunggah dalam sebuah website khusus yang akan menampilkan foto-foto yang sudah dirancang untuk kegiatan promosi digital. Hasilnya website yang memuat informasi tentang produk dari UMKM tersebut dapat diakses oleh siapa saja kapan saja dan di mana saja yang ter “cover” dengan jaringan internet, sehingga produk semakin dikenal serta berpotensi menimbulkan atau menambah transaksi penjualan produk.

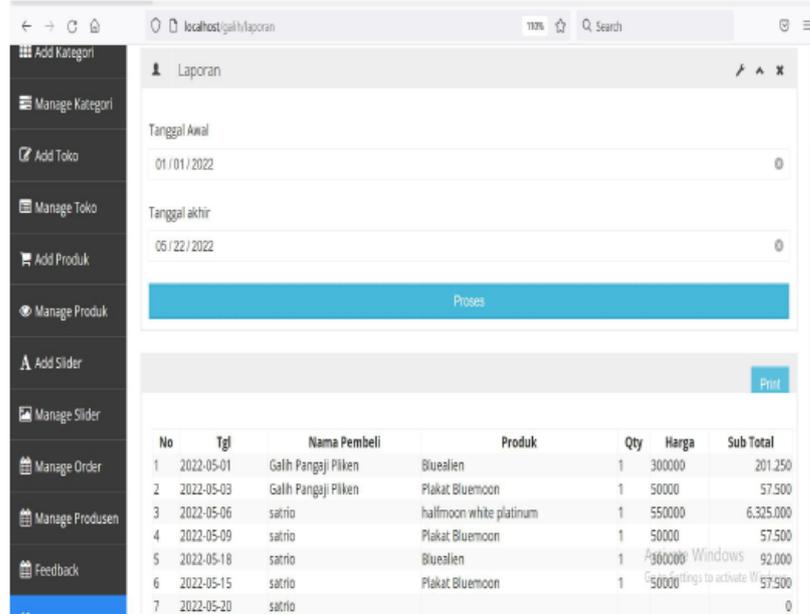
Berikut beberapa rancangan luaran berupa website UMKM Bancar yang diusulkan tim kepada mitra untuk dijadikan sebagai media digitalisasi produk:



Gambar 12. Login admin ke website UMKM Bancar



Gambar 13. Halaman input display produk



No	Tgl	Nama Pembeli	Produk	Qty	Harga	Sub Total
1	2022-05-01	Galih Pangaji Pliken	Bluealien	1	300000	201.250
2	2022-05-03	Galih Pangaji Pliken	Plakat Bluemoon	1	50000	57.500
3	2022-05-06	satrio	halfmoon white platinum	1	550000	6.325.000
4	2022-05-09	satrio	Plakat Bluemoon	1	50000	57.500
5	2022-05-18	satrio	Bluealien	1	92.000	92.000
6	2022-05-15	satrio	Plakat Bluemoon	1	57.500	57.500
7	2022-05-20	satrio				0

Gambar 14. Halaman laporan produk

Luaran berupa website yang diusulkan tim pengabdian masyarakat tersebut, merupakan indikator tercapainya proses kegiatan pengabdian yang dilakukan meskipun belum terlihat secara signifikan pengaruhnya terhadap peningkatan respon masyarakat sebagai konsumen terhadap produk UMKM Bancar. Sedangkan peningkatan penjualan masih menjadi potensi yang bisa dicapai dikemudian hari setelah website tersebut diunggah dan dikenal masyarakat luas.

## 4. KESIMPULAN

1. Wawasan mitra mengenai pentingnya digitalisasi produk UMKM Bancar meningkat terutama kajian tentang pentingnya penggunaan media internet untuk promosi produk secara digital. Hal ini di tunjukan dari antusiasme yang tinggi untuk mengikuti proses kegiatan pengabdian sampai selesai.
2. Kemampuan mitra meningkat saat menggunakan perangkat komputer, laptop, handphone atau tablet untuk mengakses internet dan memanfaatkan website untuk menyebarluaskan informasi produk secara digital.

## REFERENSI

- Febriyantoro, M. T., & Arisandi, D. (1). Pemanfaatan Digital Marketing Bagi Usaha Mikro, Kecil Dan Menengah Pada Era Masyarakat Ekonomi Asean. *JMD: Jurnal Riset Manajemen & Bisnis Dewantara*, 1(2), 61-76. <https://doi.org/10.26533/jmd.v1i2.175>.
- Hananto, M. R., & Sulistyono, I. B. (2022). Digitalisasi Produk UMKM Masyarakat Kelurahan Karangtalun Guna Meningkatkan Pemasaran Dengan Menggunakan Metode Penta Helix. *Jurnal IKRA-ITH ABDIMAS*, 6(1), 148-155. <https://doi.org/10.37817/ikra-ithabdimas.v6i1.2385>
- Hanim, L., Soponyono, E., & Maryanto. Pengembangan UMKM Digital di Masa Pandemi Covid-19, Seminar Nasional Penelitian dan Pengabdian kepada Masyarakat Universitas Sang Bumi Ruwa Jurai Tahun 2021
- Putri, O. A., & Hariyanti, S. (2022). Review Artikel: Transformasi Digital Dalam Bisnis Dan Manajemen . *Proceedings of Islamic Economics, Business, and Philanthropy*, 1(1), 135-166. Retrieved from <https://jurnalfebi.iainkediri.ac.id/index.php/proceedings/article/view/229>.
- Santoso, M. H., Martiani, E., Mutiasari, M., Rahmawati, H. U., & Hasanah, N. (2022). Implementasi Sosial Media Marketing dalam Mendukung Kegiatan Pemasaran Pavin Block Berbahan Baku Sampah Plastik Kelompok "Lestari Bumi" Purbalingga. *Jurnal ABDINUS : Jurnal Pengabdian Nusantara*, 6(3), 786-796. <https://doi.org/10.29407/ja.v6i3.16386>