



Digitalisasi UMKM dalam Upaya Meningkatkan Penjualan UMKM di Desa Gundi

Digitalization of MSMEs in an Effort to Increase MSME Sales in Gundi Village

Lutfiana Maulida^{1*}, Riska Afifah Rahmawati², Izzah Malikhatu Syariaf³, Angga Burhanudin Yahya⁴

¹⁻⁴ Institut Agama Islam Negeri Kudus, Indonesia

Alamat : Jl. Conge Ngembalrejo, Ngembal Rejo, Ngembalrejo, Kec. Bae, Kabupaten Kudus, Jawa Tengah 59322

Korespondensi penulis : lutfianamaulida36@gmail.com*

Article History:

Received: November 93, 2024

Revised: November 17, 2024

Accepted: Desember 05, 2024

Published: Desember 07, 2024

Keywords: *UMKM, Digitalization, QRIS, Digital Marketing*

Abstract: *The UMKM digitalization is carried out by utilizing digital technology to expand the marketing of UMKM products through digital marketing. The method used is the observation method by going directly to the UMKM location. The selected UMKMs in this service are UMKM Dua Putra and UMKM Tempe and Soy Milk. After conducting a survey and finding the problems faced by these UMKMs, this service carried out the development of UMKMs by making UMKM product brands and logos, making Google Maps, and making QRIS. The results and benefits obtained from this activity are first, branding UMKM products by giving the name "Tempe Ndeso" and making a logo so that it can increase consumer attractiveness and increase sales. Second, location placement on Google Maps for UMKMs so as to facilitate buyer access and increase visibility. Third, the implementation of the QRIS payment system at the Dua Putra UMKMs for an integrated digital payment system to facilitate transactions and increase payment efficiency.*

Abstrak

Kegiatan digitalisasi UMKM ini dilakukan dengan memanfaatkan teknologi digital guna memperluas pemasaran produk UMKM melalui digital marketing. Metode yang digunakan yaitu metode observasi dengan terjun langsung ke lokasi UMKM. UMKM yang dipilih pada pengabdian ini yaitu UMKM Dua Putra serta UMKM Tempe dan Susu Kedelai. Setelah melakukan survei dan menemukan permasalahan yang dihadapi UMKM tersebut maka pengabdian ini melaksanakan pengembangan UMKM dengan pembuatan *brand* dan logo produk UMKM, pembuatan Google Maps, dan pembuatan QRIS. Hasil dan manfaat yang didapatkan dari kegiatan ini yaitu pertama, *branding* produk UMKM dengan pemberian nama "Tempe Ndeso" serta pembuatan logo sehingga dapat meningkatkan daya tarik konsumen dan meningkatkan penjualan. Kedua, penempatan lokasi di Google Maps pada UMKM sehingga memudahkan akses pembeli serta meningkatkan visibilitas. Ketiga, implementasi sistem pembayaran QRIS pada UMKM Dua Putra untuk sistem pembayaran digital yang terintegrasi sehingga memudahkan transaksi serta meningkatkan efisiensi pembayaran.

Kata Kunci: UMKM, Digitalisasi, QRIS, Digital Marketing

1. PENDAHULUAN

Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah (UMKM) yaitu pelaku usaha yang memiliki peran dalam memajukan kesejahteraan masyarakat Indonesia melalui aspek ekonomi (Rochadiani et al., 2024). Secara umum, peran UMKM dalam perekonomian yaitu sebagai pemeran utama dalam kegiatan perekonomian, menyediakan lapangan pekerjaan, pemeran penting dalam

pengembangan perekonomian lokal serta pemberdayaan masyarakat, menciptakan pasar baru serta sumber informasi, dan berkontribusi terhadap neraca pembayaran (Kadeni & Srijani, 2024).

Digitalisasi merupakan istilah yang digunakan untuk menjelaskan sebuah proses peralihan media. Digitalisasi menjadi kebutuhan supaya dapat bertahan di era persaingan saat ini (Agustin et al., 2023). Di era revolusi industri 4.0, digitalisasi menjadi keharusan bagi pelaku usaha untuk tetap bersaing di pasar global. Digitalisasi bisnis membantu dalam meningkatkan efisiensi proses, konsistensi, serta kualitas bisnis. Peran digitalisasi UMKM penting dalam meningkatkan pendapatan daerah sebagai penggerak pertumbuhan ekonomi daerah (Miftah et al., 2024). Digitalisasi pada UMKM tidak hanya pada penggunaan sosial media namun juga mencakup proses bisnis, manajemen, serta strategi pemasaran yang digunakan.

Meskipun potensi yang ditawarkan digitalisasi UMKM besar, namun penerapannya pada UMKM masih terdapat beberapa tantangan. Tantangan tersebut dapat berupa keterbatasan sumber daya baik dari finansial maupun SDM. Selain itu, keterbatasan akses di daerah pedesaan serta kurangnya infrastruktur informasi teknologi yang memadai sehingga memperlambat digitalisasi UMKM (Panjaitan et al., 2024). Penelitian sebelumnya yang dilakukan oleh (Oliviera et al., 2023) menunjukkan bahwa terjadi peningkatan penjualan, serta mitra beranggapan bahwa digital marketing menjadi referensi baru bagi pengusaha untuk memanfaatkan media sosial dalam memasarkan produk, hal serupa juga diperoleh dari penelitian (Waruk et al., 2023) dan (Aushafina & Wikartika, 2023). Sedangkan penelitian yang dilakukan oleh (Irianto et al., 2023) menunjukkan bertambahnya pengetahuan pelaku UMKM mengenai pemasaran secara *online* atau *digital marketing*, hal ini serupa dengan penelitian (Fitriani et al., 2024).

Berdasarkan penelitian-penelitian sebelumnya dapat diketahui bahwa dengan memanfaatkan teknologi digital dapat meningkatkan penjualan UMKM. Maka dari itu, mahasiswa KKN di Desa Gundi melaksanakan kegiatan pengabdian kepada masyarakat melalui digitalisasi UMKM di Desa Gundi.

2. METODE

Kegiatan pengabdian kepada masyarakat oleh Kuliah Kerja Nyata – Moderasi Beragama (KKN-MB) dilaksanakan di Desa Gundi, Kecamatan Godong, Kabupaten Grobogan. Pelaksanaan kegiatan ini yaitu pada September 2024 hingga Oktober 2024. Kegiatan ini di laksanakan oleh 4 mahasiswa dari Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam IAIN

Kudus yang terdiri dari program studi Perbankan Syariah, Akuntansi Syariah, Ekonomi Syariah, dan Manajemen Bisnis Syariah.

Pengabdian ini dilakukan dengan memanfaatkan teknologi digital guna memperluas pemasaran produk UMKM melalui *digital marketing*. Metode yang digunakan yaitu metode observasi dengan terjun langsung ke lokasi UMKM. UMKM yang dipilih pada pengabdian ini yaitu UMKM Dua Putra serta UMKM Tempe dan Susu Kedelai. Setelah melakukan survei dan menemukan permasalahan yang dihadapi UMKM tersebut maka pengabdian ini melaksanakan pengembangan UMKM dengan :

- a. Pembuatan logo produk UMKM
- b. Pembuatan *Google Maps*
- c. Pembuatan QRIS

3. HASIL DAN DISKUSI

Berdasarkan hasil observasi yang dilakukan, berikut ini beberapa pengembangan UMKM pada UMKM Dua Putra serta UMKM Tempe dan Susu Kedelai :

a. Pembuatan *brand* dan logo produk UMKM

Setelah melakukan survei ke lokasi UMKM Tempe dan Susu Kedelai, ternyata UMKM tersebut belum memiliki *brand* dari produk tersebut. Maka dari itu setelah berdiskusi dengan pemilik UMKM maka produk tempe diberi nama “Tempe Ndeso”. Setelah mendapatkan *brand* produk, mahasiswa KKN membuat logo berupa stempel plastik yang dapat digunakan pada kemasan tempe. Selain itu, penulis juga membuat stempel plastik untuk *brand* susu kedelai yang dapat digunakan pada kemasan susu kedelai. Hal ini dilakukan untuk meningkatkan daya tarik pembeli dan meningkatkan penjualan.



Gambar 1. Penyerahan Stempel ke Pemilik UMKM



Gambar 2. Logo Tempe Ndeso



Gambar 3. Logo Susu Kedelai

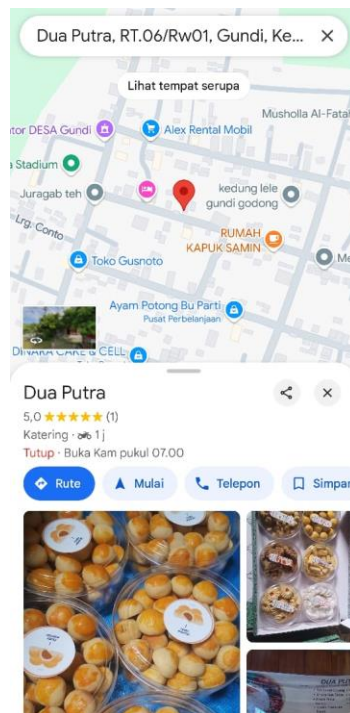
b. Pembuatan Google Maps

Google Maps merupakan layanan internet yang banyak digunakan saat ini. Google Maps yaitu layanan informasi berupa peta yang di kembangkan oleh Google dengan menawarkan informasi dalam bentuk peta jalan visual dengan foto terbaru. Salah satu keuntungan dari penggunaan Google Maps yaitu pencarian lokasi yang cepat, kemudahan penyimpanan peta, kemampuan untuk diakses kapan saja dan di mana saja, serta pembaruan data yang lebih cepat dibandingkan peta konvensional (Ikerismawati et al., 2023).

Pada UMKM Tempe dan Susu Kedelai serta UMKM Dua Putra belum memiliki Google Maps. Maka dari itu, mahasiswa KKN di Desa Gundi membuat Google Maps pada UMKM Tempe dan Susu Kedelai serta UMKM Dua Putra untuk menampilkan lokasi usaha dan produk UMKM di Google Maps. Google Maps tidak hanya membantu pelanggan menemukan jalan agar tidak tersesat Fitur ini juga dapat diandalkan dalam dunia bisnis karena membantu calon pelanggan menemukan lokasi bisnis. Dengan demikian, peluang untuk mendapatkan pelanggan baru meningkat.



Gambar 4. Lokasi UMKM Tempe dan Susu Kedelai



Gambar 5. Lokasi UMKM Dua Putra

c. Pembuatan QRIS

QRIS (*Quick Response Code Indonesian Standard*) merupakan sistem pembayaran digital non tunai yang dibuat oleh Bank Indonesia (Hutagalung et al., 2022). Melalui QRIS, pembayaran dapat dilakukan hanya dengan *scan* QR Code yang

dapat dilakukan kapan saja (Simanjuntak et al., 2024). Hal ini dapat memudahkan pembeli untuk melakukan pembayaran karena tidak ada biaya admin bagi pembeli (Rahman et al., 2023). Proses pembuatan QRIS yaitu dengan melakukan pengajuan ke bank dengan membawa berkas *fotocopy* KTP, *fotocopy* KK, dan *fotocopy* buku tabungan pemilik UMKM (Endita & Wirsa, 2023). Setelah itu menunggu informasi dari bank apabila QRIS tersebut sudah jadi dan dapat di ambil ke bank. Pembuatan QRIS ini dilakukan pada UMKM Dua Putra karena beberapa pembeli melakukan pembayaran melalui transfer antar bank sehingga dengan adanya QRIS maka dapat memudahkan pembeli.



Gambar 6. Pengumpulan Berkas Persyaratan

4. KESIMPULAN

Hasil dan manfaat yang didapatkan dari kegiatan ini yaitu pertama, *branding* produk UMKM dengan pemberian nama “Tempe Ndeso” serta pembuatan logo sehingga dapat meningkatkan daya tarik konsumen dan meningkatkan penjualan. Kedua, penempatan lokasi di Google Maps pada UMKM sehingga memudahkan akses pembeli serta meningkatkan visibilitas. Ketiga, implementasi sistem pembayaran QRIS pada UMK Dua Putra untuk sistem pembayaran digital yang terintegrasi sehingga memudahkan transaksi serta meningkatkan efisiensi pembayaran.

PENGAKUAN/ACKNOWLEDGEMENTS

Kami mengucapkan terima kasih yang sebesar-besarnya kepada Kepala Desa Gundi dan staf, UMKM Tempe dan Susu Kedelai, UMKM Dua Putra, dan masyarakat Desa Gundi yang telah terlibat secara langsung maupun tidak langsung dalam menyukseskan kegiatan

pengabdian kepada masyarakat di Desa Gundi, Kecamatan Godong, Kabupaten Grobogan.

DAFTAR REFERENSI

- Agustin, A., Putra, G. P. E., Pramesti, D. T., & Madiistriyatno, H. (2023). Strategi UMKM Dalam Menghadapi Digitalisasi. *Oikos-Nomos: JURNAL KAJIAN EKONOMI DAN BISNIS*, 16(1), 33–41.
- Aushafina, N. H., & Wikartika, I. (2023). Pendampingan Digitalisasi Marketing Desa Kebondalem melalui Aplikasi Google Maps: Upaya Meningkatkan Pengembangan UMKM. *Jurnal Pengabdian Nasional (JPN) Indonesia*, 4(3), 477–483. <https://doi.org/10.35870/jpni.v4i3.366>
- Endita, N. K. C., & Wirsa, I. N. (2023). Peningkatan Pemahaman QRIS Sebagai Pembayaran Digital Bagi Nasabah UMKM Bank BPD Bali Cabang Renon. *BERNAS: Jurnal Pengabdian Kepada Masyarakat*, 4(4), 3551–3557. <https://doi.org/31949/jb.v4i4.6541>
- Fitriani, I. D., Pratama, A., Quthb, A. N., Fadhlurrahman, F., Dewi, S., Achmad, R., Hisyam, M., Dibba, R., & Mustika, S. T. (2024). Digitalisasi UMKM Sebagai Upaya Peningkatan Pemasaran Online di Desa Sindangpanon. *BEMAS : Jurnal Bermasyarakat*, 4(1), 391–398.
- Hutagalung, J., Amrullah, Saniman, Maya, W. R., & Elfitriani. (2022). Digitalisasi Masjid Era Society 5.0 Menggunakan Teknologi QRIS Pada Kas Masjid Al-Muslimin. *JCES (Journal of Character Education Society)*, 5(1), 151–160.
- Ikerismawati, S., Sholiha, I., & Hardiyanti, S. (2023). Pendampingan Pemanfaatan Google Maps dan Whatsapp Bisnis Sebagai Media Digital Marketing Bagi UMKM di Kelurahan Sebeni Kota Pasuruan. *I-Com : Indonesian Community Journal*, 3(3), 1294–1302.
- Irianto, H., Viesta, A. Dela, Nugroho, A. T., Wahyuni, T., Prabowo, W. C., Hamid, I. N., Anufah, T. N., Permatasari, H. I., Salsabila, A., Sofyana, S., & Hardiyanti, F. Y. (2023). Digitalisasi UMKM sebagai Upaya Peningkatan Pemasaran dan Penjualan Online di Desa Tengklik. *Journal of Cooperative, Small and Medium Enterprise Development*, 1(2), 60. <https://doi.org/10.20961/cosmed.v1i2.66865>
- Kadeni, & Srijani, N. (2024). Peran UMKM (Usaha Mikro Kecil Menengah) Dalam Meningkatkan Kesejahteraan Masyarakat. *Equilibrium*, 8(2), 81–89. <https://doi.org/10.52970/grdis.v4i1.516>
- Miftah, D., Suryani, A. W., Sukri, S. Al, & Mirawati. (2024). *Digitalisasi UMKM Berbasis Pesantren Dalam Mendukung Akselerasi Fungsi Pemberdayaan Masyarakat* (Issue June).
- Oliviera, F. P., Evafgia M, G. B., Ketmoon, A., & Hildegardis Missa, A. B. B. (2023). Sosialisasi dan Digitalisasi Marketing UMKM Fersita Batako di Desa Baumataa, Kabupaten Kupang-NTT. *Jurnal Pengabdian Kepada Masyarakat Nusantara (JPkMN)*, 4(1), 41–48.
- Panjaitan, M. N., Maulidya, R., & Sianturi, R. D. (2024). Merintis Peluang Baru Mengembangkan Umkm Pedesaan Melalui Manajemen Retail. *Jurnal Akuntansi, Manajemen Dan Ilmu Ekonomi (Jasmine)*, 4(3), 42–53.

- Rahman, A. S. R., Canon, S., & Mahdalena. (2023). Optimalisasi Penerapan Sistem Pembayaran Digital Melalui QRIS Pada UMKM Kota Gorontalo. *Jurnal Mirai Management*, 8(2), 55–63. <https://doi.org/10.37531/mirai.v8i2.4732>
- Rochadiani, T. H., Mandasari, R., Wulandari, I., & Jaklin, V. (2024). Digitalisasi UMKM Menuju Masyarakat Maju di Kampung Kalipaten. *Society : Jurnal Pengabdian Dan Pemberdayaan Masyarakat*, 4(2), 149–156. <https://doi.org/10.37802/society.v4i2.486>
- Simanjuntak, G. Y., Aisyah, S., & Rizqi, A. (2024). Pendampingan GMAPS dan QRIS Sebagai Media Digitalisasi UMKM Desa Tempurejo Kabupaten Jember. *Al-Khidmah : Jurnal Pengabdian Masyarakat*, 4(2), 193–202.
- Waruk, D. I. D., Teknologi, I., & Dahlan, A. (2023). *Penerapan Digital Marketing Sebagai Upaya*. 1(2), 10082–10087.