

Digital Transformation and Administrative Capacity Building for Empowering MSMEs in Gunung Tumpeng Village

Transformasi Digital dan Penguatan Administrasi untuk Pemberdayaan UMKM Desa Gunung Tumpeng

Umaira Hanyuning Anggayasti

Faculty of Law, Universitas Diponegoro, Semarang, Indonesia

*E-mail: umairahayuninga@lecturer.undip.ac.id

Received: 17th September 2025, Last Revised: 29th July 2026, Accepted: 14th August 2026, Available online: 15th August 2026.

Abstract. *Micro, Small, and Medium Enterprises (MSMEs) play a vital role in supporting the national economy; however, they continue to face significant challenges, particularly in digital transformation, marketing, business legality, and administrative management. These challenges are also evident among MSMEs in Gunung Tumpeng Village, Semarang Regency, where the adoption of digital technologies remains limited, the utilization of online marketplaces is suboptimal, and awareness of business legality and administrative practices is relatively low. This community service program aimed to strengthen the capacity and competitiveness of local MSMEs through the integration of village digitalization initiatives, marketplace optimization, and business administration training. The program was implemented using a participatory approach consisting of field observation, needs assessment, training, mentoring, technology implementation, and program evaluation. Key activities included the development of the Gunung Tumpeng Village website as a digital platform for promoting MSME products and disseminating village information; marketplace management training covering product photography, digital marketing content creation, and the development of product logos and labels; and business administration training focusing on taxpayer identification number registration, transaction recording. The program resulted in the establishment of a village website as a digital promotional platform for MSMEs, improved capacity among village officials to manage website content, enhanced skills of MSME owners in digital marketing content development and product branding, and increased awareness of the importance of business legality and administrative management. Overall, the program contributed to expanding digital marketing opportunities, strengthening business capacity, and enhancing the competitiveness of MSMEs in support of sustainable rural economic development.*

Keywords: *Micro, Small, and Medium Enterprises (MSMEs); village digitalization; online marketplace; business administration; community empowerment*

Abstrak. Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah (UMKM) memiliki peran penting dalam mendukung perekonomian nasional, namun masih menghadapi berbagai kendala, terutama pada aspek digitalisasi, pemasaran, legalitas, dan administrasi usaha. Kondisi tersebut juga dialami oleh UMKM di Desa Gunung Tumpeng, Kecamatan Suruh, Kabupaten Semarang, yang ditandai dengan terbatasnya pemanfaatan teknologi digital, belum optimalnya penggunaan marketplace, serta rendahnya pemahaman mengenai legalitas dan pengelolaan administrasi usaha. Kegiatan pengabdian kepada masyarakat ini bertujuan untuk meningkatkan kapasitas dan daya saing UMKM melalui integrasi digitalisasi desa, optimalisasi marketplace, dan pelatihan administrasi usaha. Metode pelaksanaan yang digunakan meliputi observasi lapangan, identifikasi kebutuhan mitra, pelatihan, pendampingan, implementasi teknologi, dan evaluasi kegiatan. Program dilaksanakan melalui pengembangan website Desa Gunung Tumpeng sebagai media promosi produk UMKM dan informasi desa, pelatihan pengelolaan marketplace yang mencakup teknik fotografi produk, penyusunan konten pemasaran digital, serta pengembangan logo dan label produk, dan pelatihan administrasi usaha berupa sosialisasi pembuatan Nomor Pokok Wajib Pajak (NPWP), pencatatan transaksi, dan pembukuan sederhana. Hasil kegiatan menunjukkan tersedianya website desa sebagai sarana promosi digital UMKM, meningkatnya kemampuan perangkat desa dalam pengelolaan konten website, meningkatnya keterampilan pelaku UMKM dalam penyusunan konten pemasaran digital dan branding produk, serta meningkatnya pemahaman mengenai pentingnya legalitas dan administrasi usaha. Kegiatan ini berkontribusi terhadap perluasan media promosi, penguatan kapasitas usaha, dan peningkatan daya saing UMKM dalam mendukung pembangunan ekonomi desa yang berkelanjutan.

Keywords: UMKM; digitalisasi desa; marketplace; administrasi usaha; pemberdayaan masyarakat.

Copyright © 2025 by Authors, Published by Telukawur Journal of Legal Community Empowerment. This is an open access article under the CC BY-SA License (<https://creativecommons.org/licenses/by-sa/4.0>)

1. Pendahuluan

Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah (UMKM) merupakan salah satu pilar utama perekonomian Indonesia yang berkontribusi signifikan terhadap pertumbuhan ekonomi, penciptaan lapangan kerja, dan pengurangan kemiskinan. Data menunjukkan bahwa UMKM menyumbang sekitar 61% terhadap Produk Domestik Bruto (PDB) nasional dan menyerap lebih dari 97% tenaga kerja di Indonesia (Kadin, 2024; Limanseto, 2022). Peran strategis tersebut menjadikan penguatan kapasitas UMKM sebagai salah satu prioritas pembangunan ekonomi nasional. Namun demikian, berbagai tantangan masih dihadapi UMKM, khususnya di wilayah perdesaan, seperti rendahnya literasi digital, keterbatasan akses pasar, lemahnya strategi pemasaran, serta kurang optimalnya pengelolaan administrasi dan legalitas usaha (Aprilia et al., 2025; Hasanah, 2024).

Permasalahan tersebut juga ditemukan pada UMKM di Desa Gunung Tumpeng, Kecamatan Suruh, Kabupaten Semarang. Berdasarkan hasil survei pendahuluan yang

dilakukan melalui observasi lapangan dan wawancara dengan perangkat desa serta pelaku UMKM pada Juli 2025, sebagian besar pelaku usaha masih mengandalkan pemasaran konvensional dengan jangkauan pasar yang terbatas pada lingkungan sekitar desa. Produk-produk lokal yang dihasilkan sebenarnya memiliki potensi ekonomi yang cukup baik, terutama pada sektor kuliner, kerajinan, dan produk olahan rumah tangga, namun belum didukung oleh strategi pemasaran digital yang memadai. Selain itu, desa belum memiliki media promosi digital yang mampu menampilkan informasi potensi desa dan katalog produk UMKM secara terintegrasi.

Hasil survei juga menunjukkan bahwa sebagian pelaku UMKM telah memanfaatkan marketplace sebagai sarana pemasaran, namun penggunaannya belum optimal. Foto produk yang digunakan masih sederhana, deskripsi produk belum informatif dan persuasif, serta identitas visual berupa logo dan kemasan produk belum mampu menciptakan daya tarik yang kuat bagi konsumen. Kondisi tersebut sejalan dengan penelitian yang menyatakan bahwa keterbatasan keterampilan digital dan tingginya persaingan di platform daring menjadi hambatan utama transformasi digital UMKM di Indonesia. Akibatnya, produk lokal mengalami kesulitan untuk bersaing dengan produk sejenis yang telah menerapkan strategi pemasaran digital secara lebih profesional.

Selain permasalahan pemasaran, aspek legalitas dan administrasi usaha juga masih menjadi tantangan bagi pelaku UMKM di Desa Gunung Tumpeng. Sebagian besar pelaku usaha belum memiliki Nomor Pokok Wajib Pajak (NPWP) dan belum menerapkan sistem pencatatan keuangan yang terstruktur. Padahal, legalitas usaha dan pembukuan sederhana merupakan komponen penting dalam pengembangan UMKM karena dapat mendukung akses terhadap pembiayaan, program bantuan pemerintah, serta pengambilan keputusan usaha yang lebih efektif (Hidayati et al., 2021; Matiin et al., 2024). Keterbatasan tersebut menyebabkan pelaku usaha mengalami kesulitan dalam mengembangkan skala usaha secara berkelanjutan.

Kondisi tersebut menunjukkan perlunya program pemberdayaan yang tidak hanya berfokus pada satu aspek, tetapi mengintegrasikan digitalisasi, pemasaran, dan penguatan administrasi usaha secara simultan. Pendekatan integratif dinilai lebih efektif karena mampu menjawab berbagai kebutuhan UMKM secara komprehensif. Pengembangan website desa sebagai media promosi, optimalisasi marketplace melalui peningkatan kualitas konten digital dan branding produk, serta pelatihan administrasi usaha menjadi strategi yang relevan untuk meningkatkan kapasitas dan daya saing UMKM di tingkat perdesaan. Pendekatan serupa telah terbukti mampu meningkatkan akses pasar dan memperkuat keberlanjutan usaha mikro melalui pemanfaatan teknologi digital (Dimas et al., 2021; Rusdiana et al., 2024).

Kegiatan ini memiliki relevansi yang kuat dengan agenda pembangunan nasional dan global. Pada tingkat nasional, kegiatan mendukung kebijakan transformasi digital UMKM yang menjadi salah satu prioritas pemerintah dalam memperkuat ekonomi kerakyatan. Pada tingkat internasional, kegiatan ini berkontribusi terhadap pencapaian Sustainable Development Goals (SDGs), khususnya Tujuan 1 (*No Poverty*), Tujuan 8 (*Decent Work and Economic Growth*), dan Tujuan 9 (*Industry, Innovation and Infrastructure*) melalui

peningkatan kapasitas usaha, perluasan akses pasar, dan pemanfaatan teknologi digital untuk pembangunan ekonomi masyarakat.

Mitra dalam kegiatan ini adalah Pemerintah Desa Gunung Tumpeng dan pelaku UMKM yang tersebar di beberapa dusun dalam wilayah desa. Sasaran utama kegiatan meliputi pelaku UMKM yang bergerak di bidang kuliner, kerajinan, dan produk lokal lainnya, serta perangkat desa yang bertanggung jawab terhadap pengelolaan informasi dan promosi desa. Kelompok sasaran memiliki potensi produk yang cukup beragam dan bernilai ekonomi, namun masih menghadapi keterbatasan dalam pemanfaatan teknologi digital, penguatan identitas produk, legalitas usaha, dan pengelolaan administrasi keuangan.

Berdasarkan permasalahan tersebut, kegiatan pengabdian kepada masyarakat ini bertujuan untuk meningkatkan kapasitas dan daya saing UMKM di Desa Gunung Tumpeng melalui pengembangan website desa sebagai media promosi digital, optimalisasi marketplace melalui peningkatan kualitas konten pemasaran dan branding produk, serta penguatan administrasi usaha melalui pelatihan pembuatan NPWP, pencatatan transaksi, dan pembukuan sederhana. Diharapkan kegiatan ini mampu memperluas akses pasar, meningkatkan profesionalisme pengelolaan usaha, serta mendukung keberlanjutan UMKM sebagai penggerak ekonomi desa.

2. Bahan dan Metode

Kegiatan pengabdian kepada masyarakat dilaksanakan di Desa Gunung Tumpeng, Kecamatan Suruh, Kabupaten Semarang, Jawa Tengah, dengan sasaran utama perangkat desa dan pelaku Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah yang bergerak di bidang kuliner, kerajinan, serta produk lokal lainnya. Program dilaksanakan pada periode Kuliah Kerja Nyata Tematik Tahun 2025, dengan kegiatan utama berupa pelatihan dan pendampingan yang diselenggarakan pada tanggal 28 Juli 2025. Pemilihan lokasi didasarkan pada hasil survei pendahuluan yang menunjukkan bahwa sebagian besar pelaku UMKM masih menghadapi kendala dalam pemanfaatan teknologi digital, pengelolaan marketplace, legalitas usaha, dan administrasi keuangan.

Kegiatan ini menggunakan pendekatan *Participatory Rural Appraisal* yang menekankan keterlibatan aktif masyarakat dalam proses identifikasi masalah, perencanaan program, pelaksanaan kegiatan, hingga evaluasi hasil. Pendekatan dipilih karena mampu mendorong partisipasi masyarakat dalam menentukan kebutuhan dan solusi yang sesuai dengan kondisi lokal sehingga program yang dilaksanakan lebih adaptif dan berkelanjutan (Chambers, 1994). Dalam pelaksanaannya, kegiatan mengintegrasikan metode penyuluhan, pelatihan, demonstrasi, dan pendampingan sebagai strategi pemberdayaan masyarakat.

Tahap awal kegiatan diawali dengan identifikasi kebutuhan mitra melalui observasi lapangan, wawancara dengan perangkat desa, dan diskusi bersama pelaku UMKM. Kegiatan ini bertujuan untuk memetakan kondisi eksisting UMKM, mengidentifikasi permasalahan yang dihadapi, serta menentukan bentuk intervensi yang relevan. Hasil identifikasi menunjukkan bahwa pelaku UMKM masih mengandalkan pemasaran konvensional, belum memanfaatkan media digital secara optimal, memiliki keterbatasan

dalam pengelolaan marketplace, serta belum menerapkan administrasi usaha secara tertib. Temuan tersebut menjadi dasar penyusunan program pemberdayaan yang berfokus pada digitalisasi desa, optimalisasi marketplace, dan penguatan administrasi usaha.

Selanjutnya, kegiatan penyuluhan dan edukasi dilaksanakan untuk meningkatkan pemahaman peserta mengenai pentingnya transformasi digital dalam pengembangan usaha, strategi pemasaran melalui marketplace, legalitas usaha, serta pengelolaan administrasi keuangan. Materi disampaikan melalui presentasi interaktif dan diskusi partisipatif sehingga peserta tidak hanya memperoleh pemahaman konseptual, tetapi juga dapat mengaitkan materi dengan kondisi usaha yang mereka jalankan. Menurut Kementerian Riset, Teknologi, dan Pendidikan Tinggi, penyuluhan merupakan salah satu metode yang efektif dalam meningkatkan kapasitas masyarakat sebelum memasuki tahap praktik dan implementasi program.

Tahap berikutnya berupa pelatihan dan demonstrasi yang difokuskan pada peningkatan keterampilan peserta. Pada aspek digitalisasi desa, kegiatan dilakukan melalui pengembangan website Desa Gunung Tumpeng sebagai media promosi produk UMKM dan penyebaran informasi potensi desa. Website dikembangkan menggunakan framework Laravel dengan dukungan panel administrasi yang memungkinkan perangkat desa melakukan pengelolaan konten secara mandiri. Perangkat yang digunakan dalam kegiatan ini meliputi komputer, laptop, telepon pintar, jaringan internet, aplikasi desain grafis, serta perangkat lunak pendukung pengembangan website.

Pada aspek optimalisasi marketplace, pelaku UMKM memperoleh pelatihan mengenai teknik fotografi produk menggunakan telepon pintar, penyusunan deskripsi produk yang persuasif, pembuatan konten pemasaran digital, serta pengembangan logo dan label produk sebagai identitas visual usaha. Selain itu, peserta juga diberikan demonstrasi mengenai strategi pengelolaan toko daring dan pemanfaatan media sosial sebagai sarana pendukung pemasaran digital. Pendekatan praktik langsung (*learning by doing*) diterapkan agar peserta mampu memahami dan mengimplementasikan keterampilan yang diperoleh secara mandiri.

Selain penguatan pemasaran digital, kegiatan juga mencakup pelatihan administrasi usaha yang meliputi sosialisasi pembuatan Nomor Pokok Wajib Pajak (NPWP), pencatatan transaksi usaha, dan penyusunan pembukuan sederhana. Pelatihan dilakukan melalui penjelasan konsep, demonstrasi, serta simulasi pencatatan keuangan sehingga peserta dapat memahami pentingnya legalitas usaha dan tata kelola keuangan yang baik dalam mendukung keberlanjutan usaha. Kegiatan ini didukung oleh penggunaan modul pelatihan, formulir simulasi pencatatan transaksi, dan contoh laporan keuangan sederhana yang disesuaikan dengan karakteristik UMKM.

Sebagai tahap akhir, dilakukan pendampingan dan evaluasi untuk memastikan keberlanjutan program. Pendampingan dilakukan melalui konsultasi langsung, kunjungan lapangan, dan komunikasi daring guna membantu peserta mengatasi berbagai kendala yang dihadapi selama implementasi program. Evaluasi dilakukan secara partisipatif melalui observasi keterlibatan peserta, diskusi umpan balik, serta penilaian terhadap hasil implementasi kegiatan. Keberhasilan program diukur berdasarkan

keterlaksanaan pengembangan website desa, peningkatan kemampuan perangkat desa dalam mengelola website, peningkatan keterampilan pelaku UMKM dalam pemasaran digital dan branding produk, serta meningkatnya pemahaman mengenai legalitas dan administrasi usaha. Dengan pendekatan tersebut, program diharapkan mampu memperkuat kapasitas UMKM dan mendukung pengembangan ekonomi desa yang berkelanjutan.

3. Hasil

3.1 Pengembangan Website Desa sebagai Media Promosi UMKM

Salah satu luaran utama kegiatan adalah pengembangan website Desa Gunung Tumpeng yang difungsikan sebagai media promosi digital bagi UMKM lokal. Website tersebut memuat profil usaha, katalog produk, dan informasi kontak pelaku UMKM sehingga dapat menjadi sarana pemasaran yang lebih luas dibandingkan metode promosi konvensional yang sebelumnya digunakan masyarakat. Selain proses pengembangan website, kegiatan juga mencakup pelatihan pengelolaan konten kepada perangkat desa agar mampu melakukan pembaruan data secara mandiri dan berkelanjutan.

Keberadaan website desa memberikan alternatif saluran promosi yang lebih mudah diakses oleh masyarakat luas. Digitalisasi informasi melalui website tidak hanya memperluas jangkauan pemasaran, tetapi juga memperkuat visibilitas produk UMKM di ruang digital. Temuan ini sejalan dengan penelitian yang menyatakan bahwa pemanfaatan website dapat meningkatkan akses pasar dan memperkuat eksistensi UMKM dalam menghadapi persaingan ekonomi digital (Dimas et al., 2021). Selain itu, pelatihan yang diberikan kepada perangkat desa menunjukkan adanya transfer pengetahuan yang berpotensi mendukung keberlanjutan pengelolaan website setelah program pengabdian berakhir.

3.2 Optimalisasi Marketplace dan Penguatan Branding Produk

Kegiatan berikutnya difokuskan pada optimalisasi marketplace melalui pelatihan pembuatan konten pemasaran digital dan pengembangan identitas produk. Pelatihan mencakup teknik fotografi produk menggunakan telepon pintar, penyusunan deskripsi produk yang informatif dan persuasif, serta pembuatan logo dan label produk sebagai bagian dari strategi branding. Pendampingan juga diberikan agar pelaku UMKM mampu mengelola akun marketplace secara lebih mandiri dan konsisten.

Sebelum kegiatan dilaksanakan, sebagian besar pelaku UMKM masih menggunakan konten promosi yang sederhana dan belum memiliki identitas visual yang kuat. Melalui pelatihan dan praktik langsung, peserta memperoleh keterampilan baru dalam menghasilkan foto produk yang lebih menarik, menyusun konten promosi yang sesuai dengan kebutuhan pemasaran digital, serta mengembangkan desain kemasan dan label produk yang lebih profesional. Hasil ini menunjukkan bahwa pendekatan berbasis praktik langsung mampu meningkatkan kemampuan teknis pelaku usaha dalam memanfaatkan marketplace sebagai sarana pemasaran.

Temuan tersebut sejalan dengan penelitian (Maulida dan Pranatami, 2024) yang menunjukkan bahwa optimalisasi marketplace melalui pelatihan dan pendampingan

dapat memperluas jangkauan pasar serta meningkatkan daya saing UMKM. Selain itu, branding produk yang baik berperan penting dalam membangun identitas usaha dan meningkatkan daya tarik produk di mata konsumen (Rusdiana et al., 2024).

3.3 Penguatan Administrasi dan Legalitas Usaha

Selain aspek pemasaran digital, kegiatan juga diarahkan pada penguatan administrasi usaha melalui pelatihan pembuatan Nomor Pokok Wajib Pajak, pencatatan transaksi, dan pembukuan sederhana. Pelatihan ini bertujuan meningkatkan pemahaman pelaku UMKM mengenai pentingnya legalitas usaha dan pengelolaan keuangan sebagai fondasi keberlanjutan bisnis. Peserta diberikan pemahaman mengenai prosedur pembuatan NPWP, manfaat legalitas usaha, serta praktik pencatatan transaksi harian dan penyusunan laporan keuangan sederhana.

Pelaksanaan pelatihan menunjukkan adanya peningkatan kesadaran peserta mengenai pentingnya pemisahan keuangan pribadi dan usaha serta perlunya pencatatan transaksi yang dilakukan secara rutin. Beberapa pelaku usaha mulai menunjukkan minat untuk mengurus NPWP dan menerapkan pencatatan arus kas secara lebih teratur sebagai bagian dari pengelolaan usaha mereka. Kondisi tersebut menunjukkan bahwa pelatihan administrasi usaha tidak hanya meningkatkan pengetahuan peserta, tetapi juga mendorong perubahan sikap terhadap pentingnya legalitas dan tata kelola usaha yang baik.

Hasil tersebut sejalan dengan penelitian (Matiin et al., 2024) yang menyatakan bahwa pencatatan keuangan sederhana membantu UMKM dalam mengelola arus kas dan mendukung pengambilan keputusan usaha. Selain itu, kepemilikan NPWP menjadi salah satu bentuk legalitas yang dapat mendukung akses UMKM terhadap program pemerintah, fasilitas pembiayaan, dan peluang kemitraan usaha (Hidayati et al., 2021).

3.4 Dampak Program dan Potensi Keberlanjutan

Secara keseluruhan, program memberikan dampak positif terhadap peningkatan kapasitas pelaku UMKM di Desa Gunung Tumpeng. Dampak tersebut terlihat dari meningkatnya pemahaman mengenai pemasaran digital, bertambahnya keterampilan dalam pembuatan konten promosi dan branding produk, serta meningkatnya kesadaran mengenai pentingnya legalitas dan administrasi usaha. Selain itu, perangkat desa juga memperoleh kemampuan dalam mengelola website sebagai media promosi yang dapat dimanfaatkan secara berkelanjutan.

Keberlanjutan program didukung melalui pendampingan lanjutan yang dilakukan secara langsung maupun melalui komunikasi daring. Pendekatan ini memungkinkan proses konsultasi tetap berlangsung setelah kegiatan utama selesai dilaksanakan. Selain itu, upaya mendorong kerja sama dengan pihak eksternal serta keterlibatan pemerintah desa dalam pengelolaan website menjadi faktor penting yang dapat menjaga keberlanjutan hasil program dalam jangka panjang.

Temuan ini menunjukkan bahwa integrasi digitalisasi desa, optimalisasi marketplace, dan penguatan administrasi usaha merupakan strategi yang relevan dalam meningkatkan kapasitas dan daya saing UMKM perdesaan. Melalui kombinasi pelatihan, praktik langsung, dan pendampingan, program tidak hanya menghasilkan luaran berupa website

dan peningkatan keterampilan peserta, tetapi juga membangun fondasi kelembagaan yang mendukung pengembangan ekonomi desa secara berkelanjutan.

4. Diskusi

Pelaksanaan program transformasi digital dan penguatan administrasi usaha di Desa Gunung Tumpeng dirancang sebagai suatu model pemberdayaan yang mengintegrasikan aspek digitalisasi, pemasaran berbasis teknologi, dan peningkatan kapasitas administrasi usaha dalam satu rangkaian kegiatan yang saling melengkapi. Pendekatan ini didasarkan pada hasil identifikasi kebutuhan masyarakat yang menunjukkan bahwa sebagian besar pelaku UMKM masih menghadapi keterbatasan dalam pemanfaatan teknologi digital, pemasaran produk secara daring, serta pengelolaan administrasi usaha yang belum tertata dengan baik. Kondisi tersebut mengakibatkan daya saing produk lokal relatif rendah dibandingkan produk sejenis yang telah memanfaatkan ekosistem digital secara optimal. Oleh karena itu, program pengabdian tidak hanya berorientasi pada penyediaan teknologi berupa website desa, tetapi juga diarahkan untuk meningkatkan kapasitas sumber daya manusia agar mampu mengelola teknologi tersebut secara berkelanjutan.

Hasil pelaksanaan kegiatan menunjukkan bahwa tujuan utama program telah tercapai sesuai dengan perencanaan yang telah disusun sebelumnya. Hal ini ditunjukkan melalui meningkatnya kemampuan perangkat desa dalam mengelola website sebagai media promosi UMKM, meningkatnya keterampilan pelaku usaha dalam memanfaatkan marketplace sebagai saluran pemasaran digital, serta bertambahnya pemahaman mengenai pentingnya administrasi usaha melalui pelatihan Nomor Pokok Wajib Pajak, pencatatan transaksi, dan pembukuan sederhana. Pencapaian tersebut mengindikasikan bahwa pendekatan pemberdayaan yang mengombinasikan aspek teknologi, pemasaran, dan tata kelola usaha mampu memberikan dampak yang lebih komprehensif dibandingkan pelaksanaan program yang hanya berfokus pada satu aspek tertentu.

Salah satu luaran utama kegiatan ini adalah pengembangan website Desa Gunung Tumpeng sebagai media promosi digital yang menampilkan profil desa, potensi wilayah, serta katalog produk UMKM. Website tersebut tidak hanya berfungsi sebagai sarana penyebarluasan informasi, tetapi juga menjadi etalase digital (*digital storefront*) yang memungkinkan masyarakat luas memperoleh informasi mengenai produk unggulan desa secara lebih mudah. Kehadiran website memberikan alternatif media promosi yang lebih kredibel dibandingkan pemasaran konvensional karena seluruh informasi mengenai produk, identitas pelaku usaha, dan kontak pemesanan tersedia dalam satu platform yang dapat diakses kapan saja. Selain itu, perangkat desa telah memperoleh pelatihan mengenai pengelolaan konten sehingga keberlangsungan website tidak bergantung pada tim pelaksana pengabdian, tetapi dapat dikelola secara mandiri oleh pemerintah desa.

Dari perspektif pemberdayaan masyarakat, keberadaan website desa memiliki arti yang lebih luas dibandingkan sekadar media promosi. Website menjadi instrumen transformasi digital yang memperkuat kapasitas kelembagaan desa dalam mendukung pengembangan ekonomi lokal. Kondisi ini menunjukkan bahwa digitalisasi desa tidak hanya menghasilkan inovasi teknologi, tetapi juga meningkatkan kemampuan aparatur desa dalam mengelola informasi secara lebih sistematis. Dengan demikian, keberlanjutan

pengelolaan website berpotensi memperkuat ekosistem digital desa dalam jangka panjang melalui kolaborasi antara pemerintah desa dan pelaku UMKM.

Selain digitalisasi desa melalui website, program juga memberikan perhatian besar terhadap peningkatan kemampuan pemasaran digital melalui optimalisasi marketplace. Berdasarkan hasil observasi sebelum kegiatan dilaksanakan, sebagian besar pelaku UMKM sebenarnya telah mengenal platform marketplace, tetapi belum mampu mengoptimalkan fitur-fitur yang tersedia. Permasalahan yang paling banyak ditemukan adalah kualitas foto produk yang masih sederhana, penyusunan deskripsi produk yang belum persuasif, belum adanya identitas visual berupa logo dan label produk, serta rendahnya pemahaman mengenai strategi pemasaran digital. Kondisi tersebut menyebabkan produk lokal memiliki tingkat daya tarik yang rendah ketika bersaing dengan produk lain yang telah menerapkan strategi digital marketing secara lebih profesional.

Melalui workshop dan pendampingan intensif, pelaku UMKM memperoleh pengetahuan mengenai teknik fotografi produk menggunakan perangkat sederhana, penyusunan deskripsi produk yang informatif sekaligus persuasif, pemanfaatan media sosial sebagai sarana promosi pendukung marketplace, serta pengembangan identitas merek melalui desain logo dan label produk. Pendampingan dilakukan secara langsung sehingga peserta tidak hanya memahami konsep, tetapi juga mampu mempraktikkan teknik yang telah dipelajari pada produk masing-masing. Pendekatan berbasis praktik (*learning by doing*) terbukti meningkatkan kepercayaan diri pelaku UMKM dalam mengelola pemasaran digital secara mandiri setelah kegiatan berakhir.

Peningkatan kualitas konten digital memberikan dampak yang cukup nyata terhadap kesiapan UMKM memasuki pasar digital yang lebih kompetitif. Produk yang sebelumnya hanya dipasarkan secara sederhana mulai memiliki tampilan visual yang lebih menarik sehingga meningkatkan nilai estetika sekaligus memperkuat citra produk. Branding melalui penggunaan logo dan label juga memberikan identitas yang lebih jelas bagi setiap produk, sehingga mempermudah konsumen dalam mengenali produk lokal Desa Gunung Tumpeng. Meskipun peningkatan penjualan belum dapat diukur secara kuantitatif karena keterbatasan waktu pelaksanaan program, perubahan kualitas konten digital menunjukkan adanya peningkatan kesiapan UMKM dalam menghadapi persaingan pasar berbasis digital.

Aspek lain yang menjadi fokus utama program adalah penguatan administrasi usaha. Sebelum pelaksanaan kegiatan, sebagian besar pelaku UMKM belum memiliki sistem pencatatan keuangan yang terstruktur dan masih mencampurkan keuangan pribadi dengan keuangan usaha. Selain itu, pemahaman mengenai legalitas perpajakan juga masih relatif rendah sehingga sebagian pelaku usaha belum memiliki NPWP sebagai salah satu identitas administrasi usaha. Kondisi tersebut berpotensi menghambat pengembangan usaha karena legalitas dan administrasi merupakan salah satu persyaratan dalam memperoleh akses pembiayaan maupun mengikuti berbagai program pemberdayaan pemerintah.

Pelatihan administrasi usaha dilaksanakan melalui penyampaian materi, simulasi, praktik pencatatan transaksi, serta pendampingan dalam proses pembuatan NPWP. Hasil

kegiatan menunjukkan adanya peningkatan pemahaman peserta mengenai pentingnya pencatatan transaksi secara rutin, penyusunan pembukuan sederhana, serta manfaat legalitas perpajakan bagi keberlanjutan usaha. Peserta mulai memahami bahwa administrasi usaha bukan hanya berkaitan dengan kewajiban perpajakan, tetapi juga merupakan instrumen penting dalam pengambilan keputusan bisnis, pengendalian arus kas, dan penyusunan strategi pengembangan usaha.

Keberhasilan pelaksanaan program dipengaruhi oleh beberapa faktor. Pertama, pendekatan partisipatif memungkinkan masyarakat terlibat sejak tahap identifikasi permasalahan hingga evaluasi kegiatan sehingga materi yang diberikan benar-benar sesuai dengan kebutuhan peserta. Kedua, metode pelaksanaan yang mengombinasikan sosialisasi, praktik langsung, dan pendampingan berkelanjutan memberikan kesempatan kepada peserta untuk menguasai keterampilan secara bertahap. Ketiga, kolaborasi antara mahasiswa, perangkat desa, dan pelaku UMKM menciptakan proses pembelajaran yang bersifat dua arah sehingga transfer pengetahuan berlangsung secara lebih efektif. Pendekatan tersebut sejalan dengan konsep *community empowerment* yang menempatkan masyarakat sebagai subjek utama dalam proses pembangunan, bukan hanya sebagai penerima manfaat.

Temuan penelitian ini memperkuat hasil penelitian (Rusdiana et al., 2024) yang menyatakan bahwa digitalisasi melalui platform e-commerce mampu memperluas akses pasar dan meningkatkan kemampuan pemasaran UMKM. Hasil kegiatan ini juga konsisten dengan penelitian (Hasanah, 2024) yang menunjukkan bahwa pendampingan berbasis partisipatif merupakan faktor penting dalam meningkatkan kapasitas pelaku UMKM untuk mengadopsi teknologi digital. Selanjutnya, temuan ini sejalan dengan penelitian (Dimas et al., 2021) yang menjelaskan bahwa website merupakan media digital marketing yang efektif dalam meningkatkan visibilitas produk UMKM sekaligus memperkuat citra usaha. Namun demikian, program yang dilaksanakan di Desa Gunung Tumpeng memiliki kebaruan karena tidak hanya mengembangkan website sebagai media promosi, tetapi juga mengintegrasikan optimalisasi marketplace dan penguatan administrasi usaha ke dalam satu model pemberdayaan yang saling mendukung.

Walaupun demikian, pelaksanaan kegiatan masih menghadapi beberapa kendala yang perlu menjadi perhatian. Dari aspek teknis, masih terdapat keterbatasan kualitas jaringan internet di beberapa wilayah desa sehingga proses pelatihan digital belum dapat berjalan secara optimal pada seluruh peserta. Dari aspek sumber daya manusia, tingkat literasi digital peserta yang beragam menyebabkan kebutuhan pendampingan menjadi berbeda-beda. Beberapa pelaku UMKM memerlukan pendampingan yang lebih intensif, terutama dalam mengoperasikan marketplace dan mengelola website. Selain itu, sebagian peserta masih menghadapi keterbatasan modal dalam melakukan pengembangan kemasan produk dan pencetakan label secara berkelanjutan. Pada aspek sosial, masih ditemukan persepsi bahwa kepemilikan NPWP akan meningkatkan beban pajak sehingga diperlukan edukasi yang lebih komprehensif mengenai manfaat legalitas usaha bagi pengembangan bisnis.

Meskipun terdapat berbagai kendala, program ini memberikan kontribusi yang cukup penting terhadap praktik pengabdian kepada masyarakat. Model pemberdayaan

yang mengintegrasikan transformasi digital, pemasaran digital, dan penguatan administrasi usaha dapat dijadikan sebagai model alternatif bagi pelaksanaan program pengabdian di wilayah perdesaan lainnya yang memiliki karakteristik serupa. Pendekatan ini menunjukkan bahwa peningkatan daya saing UMKM tidak cukup dilakukan melalui penyediaan teknologi semata, tetapi harus disertai peningkatan kapasitas sumber daya manusia dan penguatan tata kelola usaha. Dengan demikian, keberhasilan transformasi digital sangat dipengaruhi oleh kemampuan masyarakat dalam memanfaatkan teknologi secara produktif dan berkelanjutan.

Selain memberikan kontribusi terhadap praktik pengabdian, kegiatan ini juga menghasilkan model konseptual pemberdayaan UMKM yang menghubungkan tiga komponen utama, yaitu transformasi digital, penguatan pemasaran digital, dan penguatan administrasi usaha. Ketiga komponen tersebut saling mendukung dalam meningkatkan kapasitas pelaku UMKM sehingga dapat dijadikan sebagai kerangka konseptual dalam pengembangan program pemberdayaan masyarakat pada masa mendatang.

Dari perspektif kebijakan, hasil kegiatan memberikan implikasi bahwa pemerintah desa maupun pemerintah daerah perlu memperkuat program transformasi digital UMKM melalui penyediaan infrastruktur internet yang lebih memadai, peningkatan kapasitas aparatur desa sebagai pengelola platform digital, serta penyelenggaraan pendampingan yang berkelanjutan bagi pelaku UMKM. Selain itu, sinergi antara pemerintah, perguruan tinggi, dunia usaha, dan masyarakat perlu terus diperkuat agar proses transformasi digital tidak berhenti pada tahap implementasi teknologi, tetapi mampu menciptakan ekosistem pemberdayaan UMKM yang berkelanjutan. Dengan demikian, model pemberdayaan yang diterapkan di Desa Gunung Tumpeng berpotensi direplikasi pada desa-desa lain sebagai salah satu strategi penguatan ekonomi lokal berbasis transformasi digital dan tata kelola usaha yang baik.

4. Kesimpulan

Program Transformasi Digital dan Penguatan Administrasi untuk Pemberdayaan UMKM Desa Gunung Tumpeng telah berhasil dilaksanakan sebagai bentuk pengabdian kepada masyarakat yang mengintegrasikan pengembangan website desa, optimalisasi pemasaran digital melalui marketplace, serta penguatan administrasi usaha. Pendekatan yang bersifat integratif tersebut mampu menjawab berbagai permasalahan yang dihadapi pelaku UMKM, terutama rendahnya literasi digital, terbatasnya akses pemasaran berbasis teknologi, serta belum optimalnya pengelolaan administrasi dan legalitas usaha. Hasil kegiatan menunjukkan bahwa pemberdayaan yang mengombinasikan aspek teknologi, pemasaran, dan tata kelola usaha memberikan dampak yang lebih komprehensif dibandingkan pendekatan yang hanya berfokus pada satu aspek pengembangan UMKM.

Transformasi digital yang diwujudkan melalui pengembangan website desa berhasil menyediakan media promosi yang mampu meningkatkan visibilitas produk-produk UMKM sekaligus memperkuat kapasitas perangkat desa dalam mengelola informasi digital secara mandiri. Di sisi lain, pelatihan optimalisasi marketplace meningkatkan kemampuan pelaku UMKM dalam menghasilkan konten promosi yang lebih menarik

melalui penerapan teknik fotografi produk, penyusunan deskripsi yang lebih persuasif, serta penguatan identitas merek melalui desain logo dan label produk. Peningkatan kualitas pemasaran digital tersebut memperlihatkan bahwa penguasaan teknologi informasi menjadi salah satu faktor penting dalam meningkatkan daya saing UMKM di era ekonomi digital.

Keberhasilan program dipengaruhi oleh penerapan pendekatan partisipatif yang melibatkan perangkat desa, pelaku UMKM, dan mahasiswa sejak tahap identifikasi kebutuhan hingga pendampingan pascapelatihan. Kolaborasi tersebut menghasilkan proses transfer pengetahuan yang lebih efektif sekaligus meningkatkan rasa memiliki (*sense of ownership*) terhadap program yang telah dilaksanakan. Walaupun demikian, kegiatan masih menghadapi beberapa tantangan, antara lain rendahnya literasi digital sebagian pelaku UMKM, keterbatasan infrastruktur jaringan internet, serta belum meratanya pemahaman mengenai manfaat legalitas perpajakan. Kondisi tersebut menunjukkan bahwa proses transformasi digital masyarakat perdesaan memerlukan pendampingan yang berkesinambungan agar perubahan perilaku dan peningkatan kapasitas dapat berlangsung secara optimal.

Secara praktis, kegiatan ini menghasilkan model pemberdayaan UMKM yang mengintegrasikan transformasi digital, pemasaran digital, dan penguatan administrasi usaha dalam satu kerangka pemberdayaan yang saling mendukung. Model tersebut berpotensi menjadi alternatif pendekatan pengabdian kepada masyarakat yang dapat direplikasi pada desa-desa lain dengan karakteristik serupa. Selain memberikan manfaat bagi pelaku UMKM, hasil kegiatan juga memberikan implikasi bagi pemerintah desa dan pemerintah daerah untuk memperkuat kebijakan pengembangan UMKM melalui penyediaan infrastruktur digital, peningkatan kapasitas sumber daya manusia, serta pendampingan berkelanjutan dalam aspek digitalisasi, legalitas usaha, dan tata kelola administrasi. Dengan demikian, sinergi antara perguruan tinggi, pemerintah desa, pemerintah daerah, dan masyarakat menjadi faktor strategis dalam menciptakan ekosistem pemberdayaan UMKM yang adaptif, berdaya saing, dan berkelanjutan.

Daftar Pustaka

- Aprilia, N., Subroto, W. T., & Sakti, N. C. (2025). The Role of Small and Medium Enterprises (SMEs) in Supporting the People's Economy in Indonesia. *International Journal of Research and Scientific Innovation*, XI(XII), 368–376. <https://doi.org/10.51244/ijrsi.2024.11120036>
- Ardan, T. S., Destriani, M., & Akbar, B. A. (2025). Pemanfaatan Platform Digital untuk Meningkatkan Daya Saing UMKM Sapu Ijuk di Desa Cikawung Subang. *Jurnal Pengabdian kepada Masyarakat Nusantara*, 6(2), 2509–2516. <https://doi.org/10.55338/jpkmn.v6i2.6130>
- Dimas, N., Dewi, I., Latiefa, Z., Rosanto, A., & Amin, S. (2021). Perancangan Website sebagai Media Digital Marketing untuk Mendorong Pemasaran UMKM. *Jurnal Bina Desa*, 3(3), 176–180.

<https://www.researchgate.net/publication/374421391> Perancangan Website sebagai Media Digital Marketing untuk Mendorong Pemasaran UMKM

Hasanah, R. (2024). Transformasi UMKM Desa melalui Teknologi Digital dan Praktik Akuntansi. *Jurnal Ekonomi dan Bisnis Islam (JEBI)*, 4(2).

<https://doi.org/10.56013/jebi.v4i2.3254>

Hidayati, M., Kumala, R., Andayani, W., Ridwal, R., & Aldino, A. (2021). Proses Pembuatan NPWP Cepat dan Mudah bagi Pelaku UMKM di Masa Pandemi COVID-19. *Jurnal Manajemen dan Mantra*, 5(2).

<https://journal.ummat.ac.id/index.php/jmm/article/view/4173>

Hsb, A. F., Pramita, J. N., Hrp, N. A., & Nova, S. (2025). Peran Teknologi (Media Sosial) Terhadap UMKM yang Dapat Meningkatkan Pembangunan Ekonomi. *Jurnal Manajemen Dan Ekonomi Kreatif*, 3(1), 265–274.
<https://doi.org/10.59024/jumek.v3i1.536>

Kadin. (2024). *UMKM Indonesia*. Kamar Dagang dan Industri Indonesia. Diakses dari <https://kadin.id/en/data-dan-statistik/umkm-indonesia/>

Kementerian Riset, Teknologi, dan Pendidikan Tinggi. (2018). *Panduan Penelitian dan Pengabdian kepada Masyarakat Edisi XII*. Jakarta: Kemenristekdikti.

<https://litabmas.ristekdikti.go.id>

Limanseto, H. (2022). *Coordinating Minister Airlangga: Government continues to encourage strengthening economic foundations by establishing digital transformation of MSMEs as one of the priorities*. Siaran Pers Resmi. Diakses dari <https://ekon.go.id/publikasi/detail/4065/coordinating-minister-airlangga-government-continues-to-encourage-strengthening-economic-foundations-by-establishing-digital-transformation-of-msmes-as-one-of-the-priorities>

Matiin, N., Aprillia, J., & Amiruddin. (2024). Pelatihan Pembukuan dan Pencatatan secara Akuntansi pada UMKM. *Jurnal Awal*, 7(2). <https://doi.org/10.56301/awal.v7i2.1352>

Restuning, R. A. (2024). Digitalisasi UMKM: Upaya Peningkatan Usaha Mikro Kecil Menengah Desa Windusari. *Jurnal Dinamika Ekonomi Pembangunan*, 7(1), 1–4.
<https://doi.org/10.33005/jdep.v7i1.350>

Rusdiana, A., Suparto, L., & Pamuji, R. S. (2024). Digitalisasi UMKM Desa Ujungjaya melalui e-Commerce Shopee. *BERNAS: Jurnal Pengabdian Kepada Masyarakat*, 5(3), 2102–2107.

<https://doi.org/10.31949/jb.v5i3.9568>

Universitas Diponegoro. (2017). *Peraturan Rektor Universitas Diponegoro tentang Kuliah Kerja Nyata (KKN) dan Pembelajaran Pemberdayaan Masyarakat (KKN-PPM)*. Semarang: Universitas Diponegoro.

<https://www.studocu.id/id/document/universitas-diponegoro/kkn-2017/buku-pedoman-kkntim-i-2021-2022/21200508>