



PENDAMPINGAN PENGEMBANGAN PRODUK DAN DIGITAL MARKETING UNTUK PEMBERDAYAAN UMKM PKK DESA BETTET

Article history

Received: 15 April 2026

Revised: 15 April 2026

Accepted: 7 Mei 2026

DOI: [10.35329/jp.v6i2.7114](https://doi.org/10.35329/jp.v6i2.7114)

¹*Suli Da'im, ¹Dina Novita, ¹Moh Ali Fais, ¹Moh Ali, ¹Talitha Marcella Salsabila, ²Nor Maulidiya Febriyanti.

¹Program Studi Manajemen, Universitas Muhammadiyah Surabaya, ²Program Studi Akuntansi, Universitas Muhammadiyah Surabaya, Indonesia.

**Corresponding author*

suli.daim@um-surabaya.ac.id

Abstrak

PKK Desa Bettet merupakan organisasi yang berorientasi pada pemberdayaan perempuan serta memiliki potensi dalam pengembangan usaha berbasis sumber daya lokal seperti abon ikan cakalang dan minuman herbal dari tanaman obat keluarga (TOGA). Namun, dalam pelaksanaannya mitra masih menghadapi berbagai kendala, antara lain proses produksi yang masih bersifat manual dengan kapasitas terbatas sekitar 1 kg per hari, kemasan produk yang belum memenuhi standar karena tidak dilengkapi label, serta sistem pemasaran yang masih konvensional dan belum mengoptimalkan pemanfaatan teknologi digital. Kegiatan pengabdian kepada masyarakat ini bertujuan untuk meningkatkan kapasitas produksi, memperbaiki kualitas kemasan, serta mengembangkan kompetensi pemasaran berbasis digital. Metode yang digunakan adalah pendekatan partisipatif melalui pelatihan, pendampingan, dan evaluasi dengan instrumen pre-test dan post-test. Hasil kegiatan menunjukkan adanya peningkatan efisiensi proses produksi, perbaikan tampilan kemasan menjadi lebih menarik, serta peningkatan kemampuan mitra dalam memanfaatkan media digital sebagai sarana promosi. Dengan demikian, program ini berkontribusi dalam mendorong kemandirian ekonomi perempuan desa secara berkelanjutan.

Kata kunci: *UMKM; inovasi produk; digital marketing; pemberdayaan perempuan; ekonomi desa*



Gambar 1. Dokumentasi Kegiatan PKK Desa Bettet Pamekasan

1. PENDAHULUAN

Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah (UMKM) memiliki peran strategis dalam perekonomian nasional sebagai penyerap tenaga kerja dan penggerak aktivitas ekonomi masyarakat. Berdasarkan laporan Kementerian Koperasi dan UKM Republik Indonesia, UMKM menyerap lebih dari 97% tenaga kerja nasional dan berkontribusi sekitar 60% terhadap produk domestik bruto (PDB) sehingga menjadi pilar penting dalam menopang ketahanan ekonomi nasional (R. Nurani & R. Rosidah, 2025). Dalam konteks tersebut penguatan UMKM berbasis komunitas khususnya kelompok perempuan menjadi pendekatan yang relevan dalam mendukung penguatan ekonomi lokal berkelanjutan.

PKK Desa Bettet Kabupaten Pamekasan merupakan kelompok pemberdayaan perempuan yang memiliki potensi usaha berbasis sumber daya lokal khususnya abon ikan cakalang dan minuman herbal berbahan tanaman obat keluarga (TOGA). Potensi tersebut didukung inovasi produksi, pengembangan budidaya TOGA, serta penguatan identitas merek dan pemasaran digital untuk meningkatkan kualitas serta nilai tambah produk. Kondisi ini menunjukkan adanya peluang pengembangan UMKM perempuan berbasis komunitas yang perlu diperkuat melalui pendampingan usaha (U. Nugraha, 2021).

Meskipun memiliki potensi yang signifikan, mitra masih menghadapi kendala pada aspek produksi, kemasan, dan pemasaran. Kapasitas produksi yang terbatas, kualitas kemasan yang belum optimal, serta pemasaran yang masih konvensional berdampak pada rendahnya nilai tambah dan daya saing usaha. Kondisi tersebut menunjukkan perlunya penguatan kapasitas usaha agar pengembangan usaha mitra dapat berlangsung secara berkelanjutan (I. Lehtonen, 2024).

Penguatan kapasitas UMKM menjadi isu penting dalam pembangunan ekonomi lokal terutama dalam merespons perubahan pasar dan perkembangan teknologi digital. Pelaku usaha dituntut beradaptasi melalui inovasi produk, peningkatan kualitas kemasan, serta penerapan pemasaran digital. Dalam konteks ini, pemasaran digital tidak hanya berfungsi sebagai media promosi tetapi juga sebagai strategi peningkatan daya saing dan keberlanjutan usaha mikro (A. Roy, 2025).

Permasalahan mitra tidak hanya berkaitan dengan aspek produksi tetapi juga mencakup manajemen usaha dan strategi pemasaran. Proses produksi yang masih sederhana berimplikasi pada efisiensi usaha yang rendah sedangkan keterbatasan pemanfaatan media digital menyebabkan jangkauan pasar masih terbatas. Oleh karena itu, diperlukan intervensi melalui pendekatan integratif yang mengombinasikan penguatan produksi, inovasi kemasan, dan transformasi pemasaran digital (Y. K. Dwivedi, L. Hughes, Y. Wang, A. A. Alalwan, S. J. Ahn, J. Balakrishnan, S. Barta, R. Belk, D. Buhalis, & V. Dutot, 2023).

Dalam perspektif pemberdayaan, keterlibatan perempuan melalui usaha produktif berbasis komunitas berkontribusi terhadap penguatan ekonomi keluarga dan pembangunan lokal. Peningkatan kapasitas melalui pelatihan dan pendampingan menjadi strategi penting dalam mendorong kemandirian ekonomi sekaligus keberlanjutan usaha mikro. Dengan demikian, pemberdayaan perempuan tidak hanya berorientasi pada aspek keterampilan tetapi juga penguatan peran perempuan dalam pembangunan ekonomi desa (H. Honkajuuri, 2023).

Namun pendampingan yang mengintegrasikan penguatan produksi, inovasi kemasan, dan pemasaran digital pada UMKM perempuan desa masih terbatas sehingga kegiatan ini menjadi relevan untuk dilakukan. Berdasarkan kondisi tersebut, diperlukan program pendampingan yang berfokus pada peningkatan kapasitas produksi, pengembangan kemasan produk, dan penguatan pemasaran digital guna mendorong transformasi usaha yang inovatif dan berdaya saing (N. Hlevatska, M. Chernenko, & Y. Chernov, 2026).

Berdasarkan analisis situasi mitra, kegiatan pengabdian ini bertujuan meningkatkan pengetahuan dan keterampilan mitra dalam pengembangan produk dan pemasaran berbasis digital melalui pelatihan serta pendampingan. Kegiatan ini diharapkan memperkuat kapasitas usaha mitra, memperluas pemasaran produk, dan mendorong kemandirian

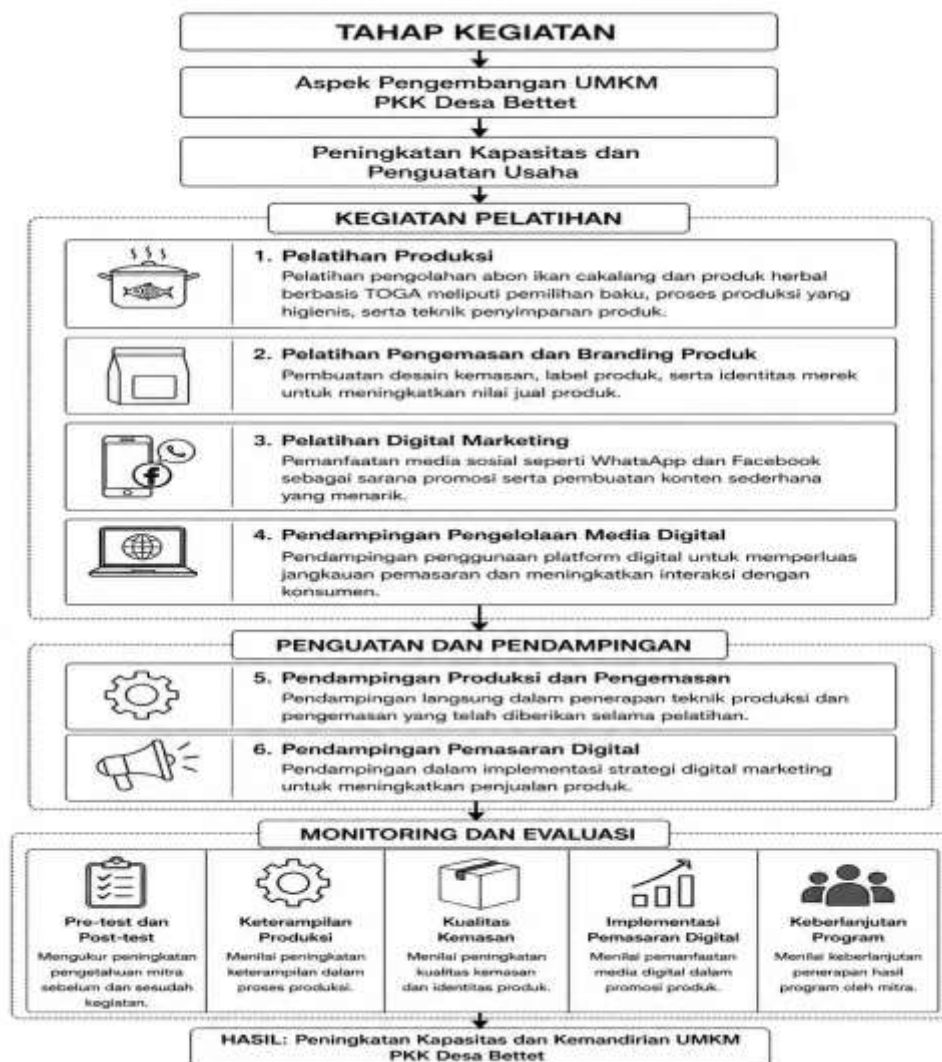
ekonomi perempuan desa secara berkelanjutan (R. Priyanto, Y. Ramadhan, & E. I. Hastuti, 2025).

2. METODE

Kegiatan pemberdayaan komunitas dilakukan di PKK Desa Bettet yang berada di Kecamatan Pamekasan, Kabupaten Pamekasan, Provinsi Jawa Timur. Pendekatan yang digunakan adalah Participatory Rural Appraisal (PRA) dengan desain kelompok tunggal pre-test dan post-test untuk menilai perubahan dalam pengetahuan serta keterampilan mitra sebelum dan setelah program dijalankan. Metode ini mengedepankan keterlibatan aktif para mitra dalam proses identifikasi isu, pelaksanaan kegiatan, hingga evaluasi hasil program. Proses pelaksanaan kegiatan mencakup tahapan persiapan, pelaksanaan, dan juga monitoring serta evaluasi.

2.1 Tahap Persiapan

Tahap persiapan mencakup penentuan kebutuhan kerja sama lewat pengamatan dan interaksi awal, pembuatan konten pelatihan dan alat evaluasi pre-test–post-test, penyediaan peralatan dan materi produksi, serta pengaturan teknis pelaksanaan aktivitas dengan mitra. Tujuan dari tahap ini adalah untuk memastikan program siap agar semua kegiatan dapat dilaksanakan sesuai dengan kebutuhan dan situasi mitra.



Gambar 2. Alur Tahapan Program Pengembangan UMKM PKK Desa Bettet

2.2 Tahap Pelaksanaan Kegiatan

Tahap pelaksanaan difokuskan pada peningkatan kemampuan dan pemberdayaan mitra usaha melalui serangkaian aktivitas, yaitu:

- Pelatihan untuk memproduksi abon dari ikan cakalang serta produk herbal yang berbasis tanaman obat keluarga.
- Pelatihan mengenai pengemasan dan penguatan branding produk.
- Pelatihan tentang pemasaran digital dengan memanfaatkan platform media sosial.
- Pendampingan dalam pengelolaan media digital untuk memperluas area pemasaran.
- Penguatan serta pendampingan usaha melalui implementasi hasil dari pelatihan yang telah dilaksanakan.

Proses pelaksanaan program secara terstruktur dapat dilihat pada Gambar 2, yang menggambarkan tahapan kegiatan mulai dari pengembangan UMKM, peningkatan kapasitas usaha, pelatihan, penguatan, pendampingan, hingga tahap pemantauan dan evaluasi program

2.3 Tahap Monitoring dan Evaluasi

Monitoring dan evaluasi dilakukan untuk menilai efektivitas program melalui indikator peningkatan pengetahuan mitra berdasarkan pre-test dan post-test, peningkatan keterampilan produksi, kualitas kemasan produk, implementasi pemasaran digital, dan keberlanjutan penerapan program oleh mitra. Analisis hasil dilakukan secara deskriptif komparatif dengan membandingkan kondisi sebelum dan sesudah pelaksanaan kegiatan.

3. HASIL DAN PEMBAHASAN

Kegiatan pemberdayaan masyarakat dilaksanakan pada kelompok PKK Desa Bettet Kecamatan Pamekasan Kabupaten Pamekasan sebagai mitra sasaran yang terdiri atas ibu rumah tangga produktif. Permasalahan utama mitra meliputi kapasitas produksi yang masih terbatas, kualitas kemasan produk yang belum optimal, serta pemasaran yang masih bersifat konvensional dan belum didukung pemanfaatan teknologi digital secara maksimal. Kondisi tersebut berpotensi menghambat perkembangan usaha dan daya saing produk apabila tidak dilakukan intervensi melalui program pemberdayaan yang terarah (S. Yolanda & M. I. P. Nasution, 2026).



Gambar 3. Survei Sekaligus Sosialisasi

Program pengabdian ini difokuskan pada penguatan kapasitas produksi, peningkatan kualitas pengemasan, dan pengembangan pemasaran digital berbasis potensi lokal. Hasil survei awal menunjukkan antusiasme mitra dalam mengikuti kegiatan cukup tinggi, yang mengindikasikan adanya kebutuhan sekaligus kesiapan mitra untuk menerima inovasi usaha dan pendampingan berkelanjutan. Tahap awal kegiatan dilakukan melalui survei

lapangan dan sosialisasi program untuk menyamakan persepsi serta mengidentifikasi kebutuhan prioritas mitra.



Gambar 4. Kegiatan FGD (Focus Group Discussion)

Selanjutnya dilakukan *Focus Group Discussion* (FGD) antara tim pengabdian dan mitra untuk mengidentifikasi persoalan pada aspek produksi, pengemasan, dan pemasaran, sekaligus merumuskan alternatif solusi yang sesuai dengan kebutuhan mitra. FGD menjadi tahapan penting karena menghasilkan pemetaan masalah yang menjadi dasar pelaksanaan intervensi program secara partisipatif (A. H. Julyaningsih, W. R. Windarsari, I. M. Hamdani, & A. N. F. Rahman, 2025).



Gambar 5. Sosialisasi alat inovasi Fisher Boncalang

Tahap inti kegiatan meliputi pelatihan produksi abon ikan cakalang dan minuman herbal berbasis TOGA, pelatihan pengemasan dan branding produk, serta pelatihan digital marketing. Kegiatan diperkuat melalui pendampingan penggunaan inovasi alat Fisher Boncalang, pemberian media edukasi, desain label produk, dan panduan pemasaran digital berbasis media sosial. Pendekatan ini tidak hanya meningkatkan pemahaman peserta, tetapi juga memperkuat kemampuan praktis mitra dalam mengelola usaha secara lebih produktif dan adaptif terhadap perkembangan pasar (R. Dwiaryanti, I. Hasanah, S. A. Munawwarrah, U. Hasanah, I. Sholehah, & M. Muhyatun, 2025)(R. A. Junianto, J. Yonathan, A. P. Valique, G. K. Wardana, A. T. Pega, & L. S. Kurniasari, 2025).

Sebelum pendampingan dilakukan pengukuran awal melalui pre-test dan observasi untuk mengetahui tingkat pengetahuan serta keterampilan mitra terkait produksi, pengemasan, dan pemasaran digital. Setelah seluruh rangkaian kegiatan selesai, dilakukan post-test dan evaluasi untuk mengukur perubahan yang terjadi sebagai indikator keberhasilan program.

Tabel 1. Perubahan Keterampilan Produksi dan Pemasaran Mitra PKK Desa Bettet

Tingkat Pengetahuan	Sebelum		Sesudah	
	N	%	N	%
Baik	8	20	22	55
Cukup	14	35	12	30
Kurang	18	45	6	15
Total	40	100	40	100

Berdasarkan Tabel 1. menunjukkan bahwa terjadi peningkatan pengetahuan mitra menjadi kategori baik setelah diberikan pendampingan sebanyak 22 orang (55%). Peningkatan tersebut terjadi karena intervensi yang diberikan mampu meningkatkan pemahaman mitra melalui proses pelatihan yang sistematis dan mudah dipahami. Penyampaian materi yang aplikatif serta praktik langsung membantu mitra memahami proses produksi, pengemasan, dan pemasaran digital dengan lebih baik. Selain itu, penggunaan metode pre-test dan post-test mendorong mitra untuk lebih fokus dalam mengikuti kegiatan sehingga terjadi pergeseran dari kategori pengetahuan kurang dan cukup ke kategori baik setelah kegiatan dilaksanakan.

Tabel 2. Perubahan Keterampilan Produksi dan Pemasaran Mitra PKK Desa Bettet

Tingkat Keterampilan	Sebelum		Sesudah	
	N	%	N	%
Baik	6	15	20	50
Cukup	12	30	14	35
Kurang	22	55	6	15
Total	40	100	40	100

Berdasarkan Tabel 2 menunjukkan bahwa terjadi peningkatan keterampilan mitra dalam aspek produksi, pengemasan, dan pemasaran digital setelah dilakukan pendampingan sebanyak 20 orang (50%) berada pada kategori baik. Peningkatan ini terjadi karena adanya praktik langsung dalam proses produksi yang lebih efisien, penggunaan kemasan yang lebih menarik, serta pemanfaatan media digital sebagai sarana promosi. Dengan demikian, kegiatan pendampingan memberikan dampak positif terhadap peningkatan kapasitas mitra dalam mengelola usaha secara lebih produktif dan berdaya saing.

4. SIMPULAN

Program pemberdayaan masyarakat pada UMKM PKK Desa Bettet menunjukkan keberhasilan dalam meningkatkan pengetahuan dan keterampilan mitra pada aspek produksi, pengemasan, dan pemasaran digital. Pelaksanaan pelatihan dan pendampingan berkontribusi terhadap peningkatan kapasitas usaha, perbaikan kualitas produk, serta penguatan pemanfaatan media digital untuk pemasaran. Secara keseluruhan, program ini mendukung penguatan UMKM perempuan yang lebih mandiri, produktif, dan berdaya saing.

UCAPAN TERIMA KASIH

Kegiatan ini terlaksana dengan baik berkat dukungan berbagai pihak. Tim pengabdian menyampaikan terima kasih kepada Majelis Pendidikan Tinggi Penelitian dan Pengembangan PP Muhammadiyah serta Lembaga Riset, Inovasi, dan Pengabdian Masyarakat Universitas Muhammadiyah Surabaya atas dukungan dan fasilitasi yang diberikan. Apresiasi juga disampaikan kepada mitra PKK Desa Bettet atas partisipasi aktifnya sehingga kegiatan dapat berjalan dengan lancar.

DAFTAR PUSTAKA

- Dwiaryanti, R., Hasanah, I., Munawwarrah, S. A., Hasanah, U., Sholehah, I., & Muhyatun, M. (2025). PEDAMPINGAN HOLISTIK: UMKM DESA GALIS DALAM MENCIPTAKAN PRODUK-PRODUK INOVATIF DAN JANGKAUAN PASAR LUAS DI ERA 5.0". *Ngejha*, 5(1), 33–51.
- Dwivedi, Y. K., Hughes, L., Wang, Y., Alalwan, A. A., Ahn, S. J., Balakrishnan, J., Barta, S., Belk, R., Buhalis, D., & Dutot, V. (2023). Metaverse marketing: How the metaverse will shape the future of consumer research and practice. *Psychology & Marketing*, 40(4), 750–776.
- Hlevatska, N., Chernenko, M., & Chernov, Y. (2026). STRATEGIC DIRECTIONS FOR BUSINESS DEVELOPMENT UNDER DIGITALIZATION AND SMART ENVIRONMENT CONDITIONS AT THE LOCAL LEVEL. *STREDOEVROPSKY VESTNIK PRO VEDU A VYZKUM*, 2(1).
- Honkajuuri, H. (2023). Women's economic empowerment in Cambodia: analysis of gender mainstreaming in the National Strategic Development Plan (2019-2023).
- Julyaningsih, A. H., Windarsari, W. R., Hamdani, I. M., & Rahman, A. N. F. (2025). Focus Group Discussion (FGD) Analisis Pasar dan Strategi Pemasaran UMKM Radja Nanas Bantaeng, Dampang, Kel. Gantarangkeke, Kec. Gantarangkeke, Kab. Bantaeng. *Abdimas Langkanae*, 5(2), 811–820.
- Junianto, R. A., Yonathan, J., Valique, A. P., Wardana, G. K., Pega, A. T., & Kurniasari, L. S. (2025). Bakso Ikan Sebagai Produk Unggulan Lokal: Inovasi, Nilai Tambah, dan Tantangan UMKM di Pangandaran. PT. Revormasi Jangkar Philosophia.
- Lehtonen, I. (2024). Utilizing podcasts as an effective marketing tool for SMEs/entrepreneurs.
- Nugraha, U. (2021). The Development of Small-Medium Enterprises (SMEs) and the Role of Digital. *Handbook of Research on Current Trends in Asian Economics, Business, and Administration*, 123.
- Nurani, R., & Rosidah, R. (2025). Perkembangan Koperasi Sebagai Penggerak Pertumbuhan UMKM di Indonesia. *Jurnal Riset Ekonomi Dan Keuangan Syariah*, 2(2), 22–26.
- Priyanto, R., Ramadhan, Y., & Hastuti, E. I. (2025). Peningkatan kapasitas UMKM melalui pelatihan manajemen bisnis dan digital marketing. *Jurnal Masyarakat Madani Indonesia*, 4(2), 114–122.
- Roy, A. (2025). *Marketing 5.0: Technology for Humanity*: Philip Kotler, Hermawan Kartajaya, and Iwan Setiawan, Hoboken, NJ: John Wiley & Sons Inc., 2021. 206 pp. ISBN 978-1119668510. List price: \$28.00. Hardcover. Taylor & Francis.
- Yolanda, S., & Nasution, M. I. P. (2026). Perancangan Sistem Informasi Usaha Mikro Kecil dan Menengah (UMKM). *Jurnal Pesona Indonesia*, 3(1), 12–17.