



## STRATEGI PENGEMBANGAN UMKM LOKAL KUALITAS DAN PEMASARAN PRODUK UMKM LOKAL DESA SIMBUR NAIK

**Hapsa<sup>1\*</sup>, Alva Beriansyah<sup>2</sup>, Michael Lega<sup>3\*</sup>, Riri Maria Fatriani<sup>4</sup>, Fajar Alan Syahrier<sup>5</sup>,  
Arissy Jorgi Sutan<sup>6\*</sup>**

<sup>1,2,3,4,5,6</sup> Program Studi Ilmu Pemerintahan, Jurusan Ilmu Sosial dan Ilmu Hukum, Universitas Jambi,  
Jambi, Indonesia

Email Penulis: [by hapsa@unja.ac.id](mailto:hapsa@unja.ac.id) , [michaellega@unja.ac.id](mailto:michaellega@unja.ac.id) , [arissyjorgisutan@unja.ac.id](mailto:arissyjorgisutan@unja.ac.id)

### ABSTRAK

Pengabdian ini bertujuan untuk mengembangkan kapasitas UMKM lokal di Desa Kuala Simbur, Kabupaten Tanjung Jabung Timur di Provinsi Jambi. Dalam hal ini dilatarbelakangi dengan adanya potensi UMKM Lokal pada produk kerupuk udang dan terasi, namun masih mengalami kendala dalam pemasaran dan pengembangan kapasitas UMKM Lokal. Pelaksanaan pengabdian ini melalui mekanisme Forum Group Discussion and Presentation dalam pelaksanaan dalam pengabdian. Dalam pengabdian ini pengembangan kapasitas terlihat dengan adanya transfer informasi dan ilmu terkait dengan pengembangan digital marketing yang mana menjadi salah satu kelebihan dengan adanya pengembangan UMKM dalam aspek Digital. Selain itu pengembangan UMKM Desa Kuala Simbur dengan pengembangan kualitas Produksi dengan melalui tahap produksi yang lebih higienis dan juga memperhatikan aspek ketersediaan dan Kesehatan yang ramah dengan lingkungan sekitar. Pengabdian ini berhasil meningkatkan kapasitas UMKM Desa Kuala Simbur melalui transfer ilmu digital marketing dan praktik produksi yang lebih higienis. Potensi produk lokal seperti kerupuk udang dan terasi didukung dengan pendekatan FGD dan presentasi, mendorong pemasaran yang lebih efektif dan ramah lingkungan.

**Kata Kunci:** UMKM, Pemasaran, Produksi

### PENDAHULUAN

Kajian ini bertujuan untuk menguraikan secara komprehensif strategi dan upaya yang telah dan sedang dilakukan dalam rangka pengembangan Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah (UMKM) lokal di Desa Kuala Simbur, khususnya pada aspek peningkatan kualitas produk serta optimalisasi pemasaran berbasis digital. Latar belakang dari kajian ini berakar pada potensi sumber daya alam yang melimpah, terutama kekayaan laut yang menjadi ciri khas desa pesisir tersebut. Terletak di Kabupaten Tanjung Jabung Timur, Provinsi Jambi, Desa Kuala Simbur memiliki posisi strategis dan kekayaan hasil laut yang signifikan, terutama komoditas udang dan ikan yang menjadi tulang punggung ekonomi masyarakat setempat. Komoditas tersebut tidak hanya berpotensi untuk diolah menjadi berbagai produk makanan bernilai tambah, tetapi juga memiliki peluang besar untuk menembus pasar ekspor internasional. Berdasarkan data produksi yang tersedia, udang mentah menempati posisi tertinggi dalam kontribusi hasil laut desa, dengan persentase mencapai 46,47%. Fakta ini menunjukkan bahwa pengembangan UMKM berbasis hasil laut, jika didukung dengan peningkatan kualitas produk dan pemanfaatan teknologi digital dalam pemasaran, dapat menjadi motor penggerak ekonomi



lokal yang berkelanjutan dan berdaya saing tinggi di tingkat nasional maupun global (QOMALA, 2023).

Hal ini juga telah dimanfaatkan oleh masyarakat setempat sebagai bahan baku utama dalam pembuatan produk olahan tradisional terutama kerupuk udang dan terasi. Produk-produk ini diproduksi oleh pelaku UMKM lokal yang umumnya berskala rumah tangga, dan juga Desa ini menjadi destinasi oleh-oleh bagi Desa tetangga seperti Desa Simbur naik dan Lambur. Terdapat kurang lebih 25 pelaku UMKM di Desa tersebut dengan berbagai produk hasil laut, mulai dari rumah makan (tekwan, empek-empek,dst), kerupuk udang, terasi, ikan asin yang berada disepanjang jerambah kayu desa tersebut. Meskipun memiliki potensi bahan baku yang cukup dan cita rasa khas yang mampu bersaing, UMKM di Desa Kuala Simbur masih menghadapi sejumlah tantangan yang menghambat perkembangan usaha mereka (Ardianti et al., 2019).

Berdasarkan hasil observasi awal dari tim pengabdian dan diskusi bersama pelaku UMKM serta aparat desa, tantangan tersebut meliputi: Kualitas Produk yang Monoton, Kemasan Produk Tidak Menarik, Minimnya Akses ke Pasar yang Lebih Luas, Rendahnya Semangat Kewirausahaan, Pelatihan dan Mitra yang Minim. Sehingga untuk menjawab permasalahan di Desa mitra tersebut, tim pengabdian juga bermitra bersama lembaga eksternal yaitu Komunitas Lokal ‘Cakap Kreatif’ yang bergerak dibidang pengembangan UMKM di Provinsi Jambi, dan sudah mendampingi puluhan UMKM mulai dari pengembangan produk, pengemasan, desain grafis dan pemasaran digital. Sehingga besar harapannya koalborasi tersebut berdampak terhadap Desa mitra, berikut gambaran kondisi produk di Desa Mitra dan penguatan kolaborasi antara tim pengabdian dan cakap kreatif, Dengan menggabungkan keilmuan dan pendekatan akademis dari tim pengabdian serta kreativitas dan kompetensi praktis dari Cakap Kreatif di bidang desain, pemasaran digital, dan pemberdayaan masyarakat sehingga kolaborasi ini dapat memperkuat posisi Desa dalam pengembangan UMKM.

#### *Pengembangan Kualitas Produk UMKM*

Pengembangan kualitas UMKM lokal merupakan strategi penting dalam memperkuat fondasi ekonomi nasional, terutama di tengah persaingan pasar global yang semakin ketat. UMKM (Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah) memiliki peran vital dalam menyerap tenaga kerja, meningkatkan pendapatan masyarakat, dan mendorong inovasi produk berbasis kearifan lokal. Namun, tantangan utama yang dihadapi UMKM adalah rendahnya kualitas produk, keterbatasan teknologi, dan minimnya akses terhadap pasar yang lebih luas (Hakam et al., 2023; Widowati et al., 2022). Oleh karena itu, pengembangan kualitas UMKM harus dimulai dari peningkatan kapasitas sumber daya manusia melalui pelatihan teknis, manajerial, dan



kewirausahaan. Program pendampingan seperti sosialisasi Good Manufacturing Practice (GMP), pelatihan desain kemasan, serta pemanfaatan komoditas lokal sebagai bahan baku inovatif telah terbukti mampu meningkatkan daya saing produk UMKM di berbagai daerah (Akbar, 2020; Budiwitjaksono et al., 2023; Elli et al., 2021).

Pengembangan kualitas dari produk UMKM menjadi salah satu penentu berkembangnya suatu UMKM dalam lingkup Lokal. Dalam hal ini penggunaan berbagai metode dalam pengembangan UMKM lokal menjadi salah satu cara yang dapat dilakukan, salah satunya dengan Sosialisasi pentingnya terkait dengan peningkatan kebersihan dari produk pada UMKM (Mihani & Hutaikur, 2020; Taufiq et al., 2020). Pentingnya peningkatan Kebersihan dalam produksi dalam UMKM menjadi menjadi diperlukan dikarenakan dapat meningkatkan kualitas produk UMKM. Disamping itu dengan terjamina kebersihan lingkungan mulai dari aspek pengumpulan bahan baku, penolahan bahan baku, hingga pengemasan produk menjadi laur yang harus dilakukan.

Di sisi lain, dukungan kebijakan dan infrastruktur dari pemerintah sangat menentukan keberhasilan pengembangan kualitas UMKM. Pemerintah Indonesia telah meluncurkan berbagai program seperti pemberian insentif, akses pembiayaan, dan fasilitasi promosi produk melalui platform digital maupun pameran nasional. Upaya ini bertujuan untuk memperluas jangkauan pasar UMKM sekaligus mendorong transformasi digital dalam proses produksi dan pemasaran. Menurut Menteri Koordinator Bidang Perekonomian, Airlangga Hartarto, pengembangan produk UMKM yang unggul adalah kunci utama dalam memajukan ekonomi lokal dan meningkatkan daya saing bangsa. Selain itu, partisipasi masyarakat dan komunitas lokal juga berperan penting dalam menciptakan ekosistem UMKM yang inklusif dan berkelanjutan (Jefri & Ibrohim, 2021; Maria et al., 2024; Mihani & Hutaikur, 2020; Taufiq et al., 2020; Widodo & Setyawan, 2023). Ketika pelaku UMKM mampu menghasilkan produk berkualitas tinggi yang mencerminkan identitas budaya lokal, maka tidak hanya nilai ekonomi yang tercipta, tetapi juga nilai sosial dan kebanggaan daerah. Dengan sinergi antara pelatihan, riset, kebijakan, dan partisipasi masyarakat, pengembangan kualitas UMKM lokal dapat menjadi motor penggerak pembangunan ekonomi yang tangguh dan berdaya saing tinggi.

#### *Pemasaran Produk UMKM Lokal*

Pemasaran digital produk UMKM lokal merupakan pendekatan strategis yang memanfaatkan teknologi dan platform digital untuk memperluas jangkauan pasar, meningkatkan visibilitas merek, serta memperkuat daya saing produk lokal di era globalisasi. Dalam konteks UMKM, pemasaran digital bukan sekadar promosi online, melainkan transformasi cara berinteraksi dengan konsumen melalui media sosial, e-commerce, website,



dan berbagai kanal digital lainnya. Strategi ini memungkinkan pelaku UMKM untuk menampilkan keunikan produk lokal baik dari segi cerita, bahan baku, maupun nilai budaya kepada audiens yang lebih luas, bahkan lintas wilayah dan negara (Adil et al., 2025; Ainun, 2020; Widiati & Azkia, 2023). Dengan memanfaatkan fitur seperti Hyperlocal SEO, pelaku usaha dapat menargetkan konsumen di sekitar mereka secara lebih efektif, sementara konten video interaktif di platform seperti TikTok dan Instagram Reels mampu membangun keterlibatan emosional yang lebih kuat dengan audiens. Selain itu, penggunaan teknologi seperti kecerdasan buatan (AI) untuk personalisasi pengalaman pelanggan juga menjadi tren yang semakin relevan, di mana rekomendasi produk dan komunikasi yang disesuaikan dapat meningkatkan loyalitas konsumen terhadap brand lokal (Akbar, 2020; Budiwitjaksono et al., 2023).

Namun, keberhasilan pemasaran digital UMKM lokal tidak hanya bergantung pada teknologi, tetapi juga pada pemahaman mendalam tentang target pasar, kreativitas dalam menyusun konten, dan konsistensi dalam membangun identitas merek (Halim et al., 2022; Susanto et al., 2024; Yulistiawan et al., 2024). Branding digital menjadi elemen krusial, di mana produk lokal perlu memiliki narasi yang kuat dan autentik untuk membedakan diri dari produk massal atau impor. Cerita di balik produk misalnya proses produksi tradisional, penggunaan bahan lokal, atau dampak sosial terhadap komunitas dapat menjadi daya tarik tersendiri yang dikemas dalam bentuk storytelling visual dan narasi digital. Selain itu, platform e-commerce memberikan peluang besar bagi UMKM untuk menjual produk secara langsung kepada konsumen tanpa batasan geografis, sekaligus mengakses data perilaku konsumen untuk menyusun strategi pemasaran yang lebih tepat sasaran. Tantangan seperti keterbatasan literasi digital dan akses teknologi masih menjadi hambatan, namun dengan dukungan pelatihan, pendampingan, dan kebijakan pemerintah yang proaktif, pemasaran digital dapat menjadi katalisator utama dalam mendorong pertumbuhan UMKM lokal secara berkelanjutan dan inklusif (Muflikhah et al., 2024; Wijayanti et al., 2022). Dengan banyaknya potensi hasil laut dan UMKM yang muali tumbuh Pengabdian terkait pengembangan Kualitas dan juga pmeasaran menjadi penting dalam peningkatan UMKM di Desa Kuala SImbur, dan hal ini menjadi State of the art pada Artikel pengabdian ini.

## METODE

Pelaksanaan program pengabdian kepada masyarakat ini dirancang secara sistematis melalui tiga tahapan utama yang bertujuan untuk meningkatkan kapasitas dan kualitas UMKM di Desa Kuala Simbur. Tahapan tersebut mencakup identifikasi potensi dan tantangan UMKM



melalui observasi dan wawancara, pelatihan serta pendampingan teknis yang meliputi aspek kelembagaan, inovasi produk, desain kemasan, branding, dan pemasaran digital, serta pembentukan struktur kelembagaan lokal berupa koordinator kelompok usaha bersama untuk menjamin keberlanjutan program. Kegiatan ini dilaksanakan berdasarkan rencana kerja yang telah disusun dalam bentuk tabel. Keberhasilan program sangat bergantung pada partisipasi aktif para mitra, di mana Prodi Ilmu Pemerintahan Universitas Jambi berperan sebagai penggerak utama dalam perencanaan, fasilitasi, pendampingan kelembagaan, dan edukasi terkait tata kelola UMKM serta advokasi kebijakan lokal. Pemerintah Desa Kuala Simbur mendukung melalui penyediaan fasilitas, mobilisasi pelaku UMKM, dan integrasi program ke dalam agenda pembangunan desa. Komunitas Cakap Kreatif turut berkontribusi dalam pelatihan teknis yang berfokus pada digitalisasi UMKM dan strategi pemasaran. Keberlanjutan program dijaga melalui pembentukan kelembagaan lokal yang didampingi oleh mitra dan pemerintah desa, serta pengelolaan media digital oleh pelaku UMKM dengan pemantauan berkala. Selain itu, langkah lanjutan berupa penjajaran kemitraan dengan dinas terkait dan program CSR perusahaan dirancang untuk mendukung pelatihan lanjutan, bantuan alat, dan akses pasar. Tim pengabdian, termasuk dosen dan mahasiswa, berperan secara terpadu, dengan mahasiswa semester 2 dan 4 dilibatkan sebagai pendamping teknis dalam pelaksanaan kegiatan lapangan, yang tidak hanya memberikan pengalaman langsung dalam berinteraksi dengan masyarakat, tetapi juga meningkatkan kemampuan analisis, komunikasi, dan kepemimpinan mereka. Temuan selama kegiatan diharapkan menjadi bahan diskusi akademik dan topik tugas akhir, sehingga tercipta kesinambungan antara pengabdian dan pengembangan ilmu pengetahuan.

## HASIL DAN PEMBAHASAN

### Penguatan Kualitas Produk UMKM

Salah satu hasil utama dari kegiatan pengabdian di Desa Kuala Simbur adalah meningkatnya kesadaran pelaku Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah (UMKM) terhadap pentingnya kebersihan dalam proses produksi. Sebelum adanya intervensi dari tim pengabdian, sebagian besar pelaku UMKM masih menggunakan metode produksi tradisional yang belum memenuhi standar kebersihan dan kesehatan. Proses pengolahan bahan baku dilakukan secara manual tanpa perlindungan sanitasi yang memadai, dan pengemasan produk sering kali dilakukan secara sederhana tanpa memperhatikan aspek higienitas. Kondisi ini berisiko menurunkan kualitas produk, memperpendek masa simpan, dan mengurangi kepercayaan



konsumen, terutama pada produk olahan hasil laut seperti kerupuk udang dan terasi yang sangat sensitif terhadap kontaminasi.

Melalui pendekatan edukatif yang dilakukan oleh tim pengabdian dari Prodi Ilmu Pemerintahan Universitas Jambi, pelaku UMKM diperkenalkan dengan prinsip Good Manufacturing Practice (GMP) sebagai standar dasar dalam produksi pangan yang aman dan berkualitas. Sosialisasi ini mencakup berbagai aspek penting, seperti sanitasi lingkungan kerja, pemilihan bahan baku yang bersih dan segar, penggunaan alat produksi yang higienis, serta pengemasan produk yang sesuai dengan standar kesehatan dan estetika. Pelatihan dilakukan secara langsung melalui demonstrasi, diskusi kelompok, dan simulasi proses produksi, sehingga pelaku UMKM dapat memahami dan menerapkan praktik kebersihan secara konkret dan berkelanjutan.

Salah satu pendekatan yang digunakan adalah pemetaan alur produksi dari hulu ke hilir, mulai dari pengumpulan bahan baku, proses pengolahan, hingga pengemasan dan distribusi. Dalam setiap tahapan, pelaku UMKM diajak untuk mengidentifikasi potensi risiko kontaminasi dan mencari solusi praktis yang sesuai dengan kapasitas mereka. Misalnya, dalam proses pengeringan kerupuk udang, pelaku UMKM sebelumnya menggunakan alas dari karung bekas yang tidak steril. Setelah pelatihan, mereka mulai menggunakan rak pengeringan berbahan stainless steel atau plastik food grade yang mudah dibersihkan dan tidak menyerap bau.

Selain itu, pelaku UMKM juga mulai menerapkan kebiasaan baru seperti mencuci tangan sebelum dan sesudah produksi, menggunakan sarung tangan dan masker, serta membersihkan alat produksi dengan air panas dan sabun antiseptik. Beberapa pelaku bahkan mulai memisahkan area produksi dan area penyimpanan bahan baku untuk menghindari kontaminasi silang. Perubahan ini menunjukkan bahwa edukasi yang tepat dapat mendorong transformasi perilaku yang berdampak langsung pada kualitas produk.

Dampak dari penerapan kebersihan ini sangat signifikan. Produk kerupuk udang yang sebelumnya memiliki aroma menyengat dan warna yang tidak konsisten, kini menjadi lebih menarik secara visual, memiliki tekstur yang lebih renyah, dan daya simpan yang lebih lama. Konsumen lokal mulai memberikan umpan balik positif, terutama terkait dengan rasa dan tampilan produk yang lebih bersih dan profesional. Beberapa toko oleh-oleh di desa tetangga seperti Simbur Naik dan Lambur mulai menerima produk dari Desa Kuala Simbur sebagai bagian dari etalase mereka, menandakan adanya peningkatan kepercayaan pasar terhadap kualitas produk lokal.



Selain dampak langsung terhadap produk, peningkatan kebersihan juga berkontribusi pada kesehatan pelaku UMKM itu sendiri. Dengan lingkungan kerja yang lebih bersih dan teratur, risiko penyakit akibat kontaminasi bahan baku atau alat produksi dapat diminimalkan. Hal ini penting terutama bagi UMKM yang beroperasi di lingkungan rumah tangga, di mana produksi sering kali dilakukan di dapur atau ruang terbuka yang juga digunakan untuk aktivitas keluarga.

Dalam jangka panjang, penerapan prinsip kebersihan ini diharapkan dapat menjadi budaya kerja baru bagi pelaku UMKM di Desa Kuala Simbur. Tim pengabdian juga mendorong pembentukan standar operasional prosedur (SOP) sederhana yang dapat dijadikan pedoman oleh setiap pelaku usaha. SOP ini mencakup langkah-langkah produksi yang bersih, jadwal pembersihan alat, dan prosedur pengemasan yang aman. Dengan adanya SOP, pelaku UMKM memiliki acuan yang jelas dan dapat menjaga konsistensi kualitas produk mereka.

Lebih lanjut, peningkatan kualitas produk dari segi kebersihan juga membuka peluang bagi UMKM untuk menjangkau pasar yang lebih luas, termasuk pasar modern dan ekspor. Banyak distributor dan pengecer besar yang mensyaratkan standar kebersihan tertentu sebelum menerima produk dari UMKM. Oleh karena itu, pelatihan kebersihan bukan hanya meningkatkan kualitas produk, tetapi juga memperluas akses pasar dan meningkatkan daya saing UMKM secara keseluruhan.

Secara keseluruhan, kegiatan pengabdian ini berhasil membangun kesadaran dan kapasitas pelaku UMKM dalam menjaga kebersihan produksi sebagai bagian integral dari strategi pengembangan usaha. Transformasi ini tidak hanya berdampak pada kualitas produk, tetapi juga pada citra UMKM lokal sebagai pelaku usaha yang profesional dan bertanggung jawab terhadap kesehatan konsumen. Dengan dukungan berkelanjutan dari tim pengabdian, pemerintah desa, dan mitra komunitas, diharapkan praktik kebersihan ini dapat menjadi standar baru dalam pengembangan UMKM berbasis potensi lokal di Desa Kuala Simbur.



**Gambar 1.** Sosialisasi pengembangan Kualitas Produk UMKM



## Transformasi Pemasaran Digital UMKM Lokal

Selain peningkatan kualitas produk, aspek pemasaran digital menjadi fokus utama dalam kegiatan pengabdian di Desa Kuala Simbur. Pemasaran digital dianggap sebagai strategi yang relevan dan adaptif dalam menghadapi tantangan globalisasi dan perubahan perilaku konsumen. Sebelum intervensi dilakukan, sebagian besar pelaku UMKM di desa ini belum memahami pentingnya promosi digital dan belum memiliki akses atau keterampilan dalam menggunakan platform online. Produk-produk mereka, meskipun memiliki cita rasa khas dan potensi pasar yang besar, hanya dikenal di lingkungan sekitar dan belum mampu menjangkau konsumen yang lebih luas, baik di tingkat regional maupun nasional.

Kondisi ini menjadi perhatian utama tim pengabdian, yang kemudian mengandeng komunitas lokal Cakap Kreatif sebagai mitra pelatihan. Komunitas ini memiliki pengalaman dalam mendampingi UMKM di Provinsi Jambi, khususnya dalam bidang desain grafis, pemasaran digital, dan pengembangan konten kreatif. Bersama-sama, mereka menyusun kurikulum pelatihan intensif yang disesuaikan dengan kebutuhan dan kapasitas pelaku UMKM di Desa Kuala Simbur. Pelatihan ini mencakup beberapa aspek penting dalam pemasaran digital, antara lain:

1. Teknik pengambilan foto produk yang menarik dan professional. Pelaku UMKM diajarkan cara mengambil gambar produk dengan pencahayaan yang baik, latar belakang yang bersih, dan sudut pengambilan yang menonjolkan keunggulan produk. Foto yang berkualitas tinggi terbukti meningkatkan daya tarik visual dan memperbesar kemungkinan produk dilirik oleh konsumen di media sosial.
2. Penulisan *caption* promosi yang informatif dan *persuasive*. *Caption* bukan hanya sekadar deskripsi produk, tetapi juga alat komunikasi yang membangun hubungan emosional dengan konsumen. Pelaku UMKM dilatih untuk menulis caption yang menggambarkan cerita di balik produk, manfaatnya, dan ajakan untuk membeli, dengan gaya bahasa yang ramah dan menarik.
3. Penggunaan fitur *Hyperlocal SEO* untuk menjangkau konsumen sekitar. Strategi ini memungkinkan pelaku UMKM untuk menargetkan konsumen di wilayah terdekat melalui kata kunci lokal dan tag lokasi. Dengan memanfaatkan fitur ini, produk UMKM lebih mudah ditemukan oleh pengguna media sosial atau mesin pencari yang berada di sekitar Desa Kuala Simbur.
4. Strategi storytelling digital untuk membangun narasi produk. Narasi produk menjadi elemen penting dalam membedakan produk lokal dari produk massal. Pelaku UMKM diajarkan untuk mengemas cerita tentang proses pembuatan tradisional, penggunaan bahan baku lokal, dan nilai budaya yang melekat dalam bentuk konten visual dan video pendek. Konten ini diunggah



secara berkala di platform seperti Instagram dan TikTok. Selain dampak ekonomi, pemasaran digital juga memberikan manfaat sosial dan psikologis bagi pelaku UMKM. Mereka merasa lebih percaya diri dalam mempromosikan produk mereka, lebih terbuka terhadap inovasi, dan lebih aktif dalam mengikuti tren pasar. Peningkatan literasi digital juga membuka peluang bagi pelaku UMKM untuk mengikuti pelatihan lanjutan, berpartisipasi dalam pameran virtual, dan menjalin kemitraan dengan distributor online. Namun, proses transformasi ini tidak tanpa tantangan. Beberapa pelaku UMKM, terutama yang berusia lanjut, mengalami kesulitan dalam memahami teknologi dan mengoperasikan perangkat digital. Untuk mengatasi hal ini, tim pengabdian menerapkan pendekatan pendampingan personal, di mana mahasiswa pendamping membantu pelaku UMKM secara langsung dalam mengelola akun media sosial dan membuat konten. Pendekatan ini terbukti efektif dalam membangun kepercayaan dan mempercepat proses adaptasi teknologi.

Keberhasilan pemasaran digital UMKM di Desa Kuala Simbur juga menunjukkan pentingnya sinergi antara edukasi, teknologi, dan budaya lokal. Dengan memanfaatkan kekuatan cerita, visual, dan interaksi digital, produk UMKM tidak hanya menjadi komoditas ekonomi, tetapi juga representasi identitas lokal yang membanggakan. Dalam jangka panjang, strategi ini diharapkan dapat memperkuat posisi UMKM sebagai pelaku ekonomi kreatif yang berdaya saing tinggi di era digital.



**Gambar 2.** Sosialisasi peningkatan Pemasaran Digital

## SIMPULAN

Program pengabdian masyarakat yang dilaksanakan di Desa Kuala Simbur berhasil memberikan dampak nyata terhadap peningkatan kapasitas pelaku UMKM, khususnya dalam aspek kebersihan produksi dan pemasaran digital. Melalui pendekatan edukatif dan pelatihan intensif, pelaku UMKM mulai menerapkan prinsip kebersihan dalam proses produksi yang berdampak langsung pada kualitas dan daya saing produk olahan hasil laut seperti kerupuk udang dan terasi. Di sisi lain, transformasi pemasaran digital membuka peluang baru bagi



UMKM untuk menjangkau pasar yang lebih luas, membangun identitas merek, dan meningkatkan interaksi dengan konsumen melalui media sosial. Sinergi antara pendekatan akademis, kreativitas komunitas lokal, dan dukungan pemerintah desa menjadi kunci keberhasilan program ini, sekaligus menunjukkan bahwa pengembangan UMKM berbasis potensi lokal dapat menjadi motor penggerak ekonomi desa yang inklusif dan berkelanjutan.

### UCAPAN TERIMA KASIH

Tim Pengabdian pada kesempatan ini mengucapkan terima kasih pada Universitas Jambi yang telah memberikan dukungan baik dari segi pendanaan, iklim penelitian dan juga secara moril, sehingga pengabdian ini dapat terlaksana dengan baik.

### DAFTAR RUJUKAN

- Adil, A., Muhib, A., & Triwijoyo, B. K. (2025). *Digital Marketing: Solusi Pemasaran Produk UMKM*. books.google.com. [https://books.google.com/books?hl=en&lr=&id=5zg-EQAAQBAJ&oi=fnd&pg=PP1&dq=pemasaran+produk+umkm+lokal&ots=DH8kzMxcu&sig=\\_LkLAVDDAcU5midppyDhwW5f5S8](https://books.google.com/books?hl=en&lr=&id=5zg-EQAAQBAJ&oi=fnd&pg=PP1&dq=pemasaran+produk+umkm+lokal&ots=DH8kzMxcu&sig=_LkLAVDDAcU5midppyDhwW5f5S8)
- Ainun, A. (2020). Transformasi UMKM: Pendampingan pemasaran dan teknologi untuk pertumbuhan ekonomi lokal. *Jurnal Dedikasi Masyarakat*. <https://jurnal.umpar.ac.id/index.php/jdm/article/view/3009>
- Akbar, F. M. A. (2020). Analisis Tantangan Dan Peluang Pengembangan Umkm Halal Dalam Era Pasar Nasional. *Zhafir: Journal of Islamic Economics, Finance, and ....* <https://jurnalsains.id/index.php/zhofir/article/view/91>
- Ardianti, N., Rafidah, R., & Khairiyani, K. (2019). *Program Pemberdayaan Ekonomi Masyarakat Pesisir Melalui Pemberian Kapal dan Alat Tangkap di Desa Kuala Simbur*. UIN SULTAN THAHA SAIFUDDIN JAMBI.
- Budiwitjaksono, G. S., Aprilya, R. A., Aringgani, S. D., & ... (2023). Analisis pengembangan usaha mikro kecil dan menengah (UMKM) di Kelurahan Klampok Kota Blitar. *Jurnal Manajemen Dan ....* <https://ukitoraja.id/index.php/jumek/article/view/110>
- Elli, H. S., Pardian, P., & Syamsiyah, N. (2021). Strategi Pengembangan Usaha Mikro Kecil Menengah (UMKM) Kopi Suka Sangrai Di Kelurahan Suka Asih Kota Bandung. In *Jurnal Ilmiah Mahasiswa Agroinfo ....* academia.edu. <https://www.academia.edu/download/110960465/pdf.pdf>
- Hakam, I. A., Fatahillah, K., Faniati, R. N., & ... (2023). A Systematic Literature Review: Strategi Pengembangan Usaha Mikro Dan Menengah (Umkm) Melalui Peningkatan Kualitas Sumber Daya Manusia. *Ekonomi Bisnis Dan ....* <https://jurnal.uwp.ac.id/feb/index.php/ie/article/view/197>
- Halim, B. N., Sa'diyah, A., Fauzi, N. I., & ... (2022). Pelatihan digital marketing sebagai media pemasaran produk lokal umkm di desa gadingrejo. In *Community ....* pdfs.semanticscholar.org. <https://pdfs.semanticscholar.org/9de9/6b6d94544ee05aebed052f3c75e41faf1892.pdf>
- Jefri, U., & Ibrohim, I. (2021). Strategi Pengembangan Usaha Mikro Kecil Menengah (UMKM) Berbasis Ekonomi Kreatif di Kecamatan Puloampel Kabupaten Serang Banten. *Jurnal Manajemen STIE Muhammadiyah ....* <https://jurnal.stiem.ac.id/index.php/jurman/article/view/730>
- Maria, V., Situmeang, T., & ... (2024). Strategi Pengembangan Usaha Mikro Kecil Menengah (UMKM) Berbasis Ekonomi Kreatif di Kecamatan Serang, Kabupaten Serang. .... : *Jurnal Penelitian Bisnis ....* <https://e-journal.nalanda.ac.id/index.php/SAMMAJIVA/article/view/980>
- Mihani, M., & Hutaureuk, T. R. (2020). Strategi pengembangan usaha mikro, kecil dan menengah (UMKM) Dapur Etam Sejahtera Samarinda dalam meningkatkan penjualan. In *Jurnal Riset Inossa: Media Hasil ....* [ojs.samarindakota.go.id](http://ojs.samarindakota.go.id).



- <https://ojs.samarindakota.go.id/index.php/jri/article/download/26/21>
- Muflikhah, L., Widodo, A. W., Rahman, M. A., & ... (2024). Peningkatan pemasaran produk UMKM melalui pemanfaatan marketplace tokopedia dan facebook. In *Jurnal Inovasi Hasil .... riset.unisma.ac.id*. <https://riset.unisma.ac.id/index.php/jipemas/article/download/21920/16400>
- QOMALA, S. Q. J. (2023). *PEMBERDAYAAN MASYARAKAT PESISIR DALAM PENINGKATAN EKONOMI MASYARAKAT MELALUI PENGOLAHAN KERANG HIJAU DI DESA KARANGREJA KECAMATAN SURANENGGALA KABUPATEN CIREBON PERSPEKTIF HUKUM EKONOMI SYARIAH*. S1 Hukum Ekonomi Syariah IAIN SNJ.
- Susanto, B. F., Maulana, R., & Fauzan, M. (2024). Strategi pemasaran produk umkm berbasis digital di kabupaten Indragiri Hilir: peluang dan tantangan. In *Jurnal Analisis ejournal.unisi.ac.id*. <http://ejournal.unisi.ac.id/index.php/jam/article/download/3584/1695>
- Taufiq, M., Prihatni, R., & Gurendrawati, E. (2020). Pengaruh inovasi produk, kualitas produk dan penggunaan sistem akuntansi terhadap kinerja umkm. In *Jurnal Akuntansi, Perpajakan .... academia.edu*. <https://www.academia.edu/download/105788664/13513.pdf>
- Widiati, S., & Azkia, L. I. (2023). Strategi Pengembangan Usaha dan Peran Sertifikasi Halal Produk Pangan Lokal UMKM dalam Menunjang Ketahanan Pangan Tingkat Rumah Tangga. *Sebatik*. <https://jurnal.wicida.ac.id/index.php/sebatik/article/view/2275>
- Widodo, T., & Setyawan, A. (2023). Pengaruh Kualitas Produk, Harga, Promosi Dan Distribusi Terhadap Kepuasan Konsumen Umkm Olahan Singkong Dan Ubi "Yaska 57" Tingkir Salatiga. *Among Makarti*. <http://jurnal.stieama.ac.id/index.php/ama/article/view/409>
- Widowati, I., Riany, D. A., Andrianto, F., & ... (2022). Analisis swot untuk pengembangan bisnis kuliner (Studi kasus pada UMKM papat sodara food Purwakarta). *Jurnal .... https://jurnal.wastukancana.ac.id/index.php/teknologika/article/view/161*
- Wijayanti, L., Sukwadi, R., Prasetya, W., & ... (2022). Pelatihan membuat desain iklan digital menggunakan aplikasi Canva bagi UMKM binaan ASPPUK. *Jurnal Bakti .... https://journal.untar.ac.id/index.php/baktimas/article/view/18245*
- Yulistiawan, B. S., Hananto, B., Pd, C. N., & ... (2024). Pemanfaatan teknologi digital dalam upaya meningkatkan daya jual produk UMKM. *Jurnal Abmas Negeri .... https://salnesia.id/jagri/article/view/847*