

Perancangan Website dan Penerapan Digital Marketing untuk UMKM Bahari Samudra dalam Meningkatkan Penjualan

Wahyu Kurnia Dewanto^{1*}, Dhony Manggala Putra², Mochammad Rifki Ulil Albaab³, Muhammad Hafidh Firmansyah⁴, Prisilia Angel Tantri⁵

¹Department of Information Technology, Politeknik Negeri Jember

²Department of Information Technology, Politeknik Negeri Jember

³Department of Information Technology, Politeknik Negeri Jember

⁴Department of Information Technology, Politeknik Negeri Jember

⁵Department of Business, Politeknik Negeri Jember

Keywords:

*SMEs,
digital marketing,
website,
digital accounting,
community empowerment*

ABSTRACT

Bahari Samudra MSMEs is a business engaged in marine aquaculture and fisheries, located in Banyuwangi, with lobsters and other marine fish as its main commodities. Despite having good cash flow, this MSME faces challenges in increasing sales because it still relies on traditional methods and lacks the use of digital technology. The main issues include the absence of a website, low knowledge of digital marketing, the lack of a digital financial recording system, and unstructured business management. This community service activity aims to improve the digital capacity of MSMEs through the following solutions: (1) website design and development, (2) digital marketing training, (3) digital accounting training, and (4) business management assistance. The implementation methods include preparation and field surveys, development of learning media, website implementation, training on the use of social media for marketing, and evaluation and monitoring. The expected outcomes of this activity are increased visibility and competitiveness of MSMEs, improved digital literacy, expanded market access, increased sales turnover, and contributions to strengthening the local economy. This program is designed as a concrete effort to encourage Bahari Samudra MSMEs to adapt to technological developments and changes in consumer behavior in the digital era.

Kata Kunci

UMKM,
digital marketing,
website,
akuntansi digital,
pemberdayaan masyarakat

ABSTRAK

UMKM Bahari Samudra merupakan usaha yang bergerak di bidang pembibitan dan perikanan laut, berlokasi di Banyuwangi, dengan komoditas utama lobster dan ikan laut lainnya. Meski memiliki arus kas yang baik, UMKM ini menghadapi tantangan dalam meningkatkan penjualan karena masih mengandalkan metode tradisional dan kurangnya pemanfaatan teknologi digital. Permasalahan utama meliputi ketiadaan website, rendahnya pengetahuan tentang digital marketing, belum adanya sistem pencatatan keuangan digital, serta manajemen usaha yang belum terstruktur. Kegiatan pengabdian ini bertujuan untuk meningkatkan kapasitas digital UMKM melalui solusi: (1) perancangan dan pembuatan website, (2) pelatihan digital marketing, (3) pelatihan akuntansi digital, dan (4) pendampingan manajemen usaha. Metode pelaksanaan meliputi persiapan dan survei lapangan, pembuatan media pembelajaran, implementasi website, pelatihan penggunaan media sosial untuk pemasaran, hingga evaluasi dan monitoring. Hasil yang diharapkan dari kegiatan ini adalah peningkatan visibilitas dan daya saing UMKM, literasi digital yang lebih baik, perluasan akses pasar, peningkatan omset penjualan, serta kontribusi terhadap penguatan ekonomi

lokal. Program ini dirancang sebagai upaya konkret untuk mendorong UMKM Bahari Samudra beradaptasi dengan perkembangan teknologi dan perubahan perilaku konsumen di era digital.

Korespondensi Penulis (*) :

Wahyu Kurnia Dewanto,
Politeknik Negeri Jember, Jl. Mastrip PO BOX 164 Jember
Telepon : -
Email: wahyu@polije.com

Submitted : 10-12-2025; Accepted : 29-12-2025; Published : 31-12-2025

Copyright (c) 2025 by Author (s). This article is distributed under a Creative Commons Attribution-ShareAlike 4.0 International License (CC BY-SA 4.0)

1. PENDAHULUAN

UMKM Bahari Samudra merupakan salah satu jenis usaha yang bergerak di bidang pembibitan dan perikanan. UMKM tersebut berlokasi di Banyuwangi. UMKM tersebut sudah berdiri hampir lebih dari lima tahun. Komoditas yang dihasilkan adalah lobster, dan ikan laut lainnya. UMKM memiliki peranan yang penting dalam perekonomian lokal dalam hal menyediakan hasil ikan yang berkualitas, khususnya di Banyuwangi.



Gambar 1. Aktivitas kegiatan usaha yang dilakukan UMKM Bahari Samudra

Gambar 1 menunjukkan jenis aktivitas kegiatan usaha, UMKM ini juga memiliki cashflow yang baik, walaupun dengan keuntungan yang sangat minim. Berikut rincian cash flow UMKM Bahari Samudra selama setahun periode April 2024 s/d April 2025:

Tabel 1. Cash Flow UMKM Bahari Samudra Periode April 2024 s/d April 2025

Bulan	Inflow (Rp)	Outflow (Rp)	Saldo Bersih (Rp)
Apr 2024	18.000.000	16.000.000	2.000.000
Mei 2024	20.000.000	17.000.000	3.000.000
Jun 2024	21.000.000	18.000.000	3.000.000
Jul 2024	22.000.000	19.000.000	3.000.000
Agt 2024	23.000.000	20.500.000	2.500.000
Sep 2024	22.500.000	20.000.000	2.500.000
Okt 2024	24.000.000	22.000.000	2.000.000
Nov 2024	25.000.000	23.000.000	2.000.000
Des 2024	26.000.000	24.000.000	2.000.000
Jan 2025	26.500.000	24.500.000	2.000.000
Feb 2025	25.500.000	23.500.000	2.000.000
Mar 2025	26.000.000	24.500.000	2.000.000
Apr 2025	27.000.000	25.000.000	2.000.000
Total	309.000.000	280.500.000	10.000.000

Selama periode April 2024 hingga April 2025, UMKM Bahari Samudra berhasil mencatatkan cashflow positif dengan saldo akhir sebesar Rp 10.000.000, meskipun terdapat sejumlah tantangan yang dihadapi dalam mengelola arus kas. Arus kas masuk berasal dari

beberapa sumber, seperti penjualan ikan konsumsi), penjualan benih ikan, dan kerja sama distribusi dengan restoran lokal. Pendapatan ini stabil dan sedikit meningkat setiap bulannya, seiring dengan bertambahnya permintaan pasar dan keberhasilan dalam memperluas jaringan distribusi. Sementara itu, arus kas keluar sebagian besar digunakan untuk pembelian pakan ikan, biaya pembelian benih untuk pembesaran, gaji karyawan, sewa lahan, distribusi, serta perawatan kolam. Pengeluaran ini berhasil dikelola dengan efisien meskipun terdapat peningkatan dalam biaya operasional seiring dengan pertumbuhan usaha. Dengan pengelolaan yang cermat dan bijaksana terhadap pendapatan dan pengeluaran, perusahaan berhasil mencapai saldo akhir yang positif, yaitu Rp 10.000.000, yang menunjukkan kemampuan untuk mempertahankan stabilitas finansial meskipun ada fluktuasi dalam arus kas bulanan. Keberhasilan ini mencerminkan manajemen yang hati-hati dan responsif terhadap dinamika pasar, sekaligus menunjukkan potensi pertumbuhan yang berkelanjutan di masa depan.

Perkembangan teknologi yang semakin pesat ditambah dengan beberapa pesaing usaha baru yang mulai bermunculan menimbulkan permasalahan bagi UMKM Bahari Sumudra. Tantangan utama yang dihadapi yaitu untuk meningkatkan omset penjualan mereka yang menurun dikarenakan pesaing baru yang memanfaatkan teknologi dalam hal penjualan [1], [2], [3]. UMKM Bahari Samudra masih menggunakan cara konvensional dalam memasarkan produk. Cara yang mereka lakukan adalah menitipkan produk ke pedagang atau warung di sekitar tempat usaha mereka. Hal itu menjadikan jangkauan pasar produk UMKM Bahari Samudra sangat terbatas. Selain itu, UMKM Bahari Samudra juga belum memiliki pengetahuan tentang digital marketing. Dengan demikian, UMKM tersebut belum memahami strategi pemasaran digital dan juga platform penjualan digital.

Permasalahan UMKM Bahari Samudra terkait dengan pemanfaatan teknologi juga semakin diperburuk dengan adanya perubahan perilaku konsumen. Saat ini, konsumen lebih senang belanja secara online, seperti memesan hasil laut via Shopee, Tokopedia dan platform belanja lainnya. Data di lapangan yang dikeluarkan oleh Kementerian Kelautan dan Perikanan (KKP) menunjukkan penerapan digital marketing mendukung pelaku usaha UMKM untuk bangkit dari masa pandemi [4], [5]. Akan tetapi, kendala penguasaan teknologi yang menjadi penghambat para pelaku usaha seperti UMKM Bahari Samudra untuk memperluas jangkauan pasar.

Pada era digital yang berkembang saat ini memberikan peluang usaha bagi kebutuhan pelaku industri UMKM yang bergerak di sektor perikanan [6], [7], [8], seperti UMKM Bahari Samudra. Pelaku usaha baru yang bermunculan menjadikan setiap pelaku usaha harus terus berinovasi dalam memanfaatkan teknologi yang memperluas jangkauan pemasaran. Solusi yang efektif bagi UMKM Bahari Samudra pada kegiatan pengabdian masyarakat ini yaitu perancangan website dan penerapan digital marketing pada UMKM Samudra Bahari dalam meningkatkan penjualan.

Website yang dirancang untuk UMKM Bahari Samudra menjadi identitas profesional usaha. Website tersebut akan menampilkan informasi lengkap mulai dari profil perusahaan dan pemesanan produk secara online. Website yang dirancang untuk UMKM Bahari Samudra juga mencerminkan kredibilitas dan keseriusan usaha secara profesional di mata calon konsumen. Selain itu, website yang sudah dirancang nantinya dapat muncul pada hasil pencarian Google, sehingga memudahkan calon konsumen dalam menemukan produk yang ditawarkan berkaitan dengan olahan ikan [9], [10]. Dengan demikian, dukungan website menjadikan eksistensi usaha pada dunia digital akan terus berkembang memperluas jangkauan pasar.

Selanjutnya, penerapan digital marketing pada UMKM Bahari Samudra dilakukan untuk memastikan bahwa informasi yang ditampilkan pada website dan platform digital lainnya dapat menjangkau target pemasaran yang tepat sasaran. Penerapan digital marketing dilakukan dengan mengoptimalkan berbagai pendekatan, antara lain pemanfaatan media sosial [11], [12] (Instagram, Facebook, TikTok), pembuatan konten video produk, pengiklanan digital berbayar (Google Ads, Facebook Ads), serta pengotimalisasian mesin pencari produk (Search Engine Optimization/SEO). Dengan implementasi strategi yang tepat, UMKM Bahari Samudra dapat memperluas pasar penjualan dengan membangun hubungan interaksi digital dengan calon konsumen dan konsumen secara lebih erat.

Selain memperluas jangkauan pasar, penerapan digital marketing juga memberikan peluang untuk menganalisis perilaku konsumen melalui data digital [13], [14]. Pemahaman terhadap preferensi dan kebiasaan konsumen memungkinkan UMKM merancang promosi dan produk yang lebih sesuai dengan kebutuhan pasar. Hal ini memberikan keunggulan kompetitif sekaligus meningkatkan efisiensi operasional usaha.

Transformasi menuju digitalisasi menjadi langkah penting yang harus dilakukan oleh UMKM Bahari Samudra yang selama ini masih mengandalkan metode pemasaran yang belum memanfaatkan kemajuan teknologi. Dengan dilakukannya perancangan website dan perapan digital marketing mempersiapkan UMKM Bahari Samudra untuk strategi jangka Panjang dalam meningkatkan visibilitas, daya saing dan omset penjualan. Bagi UMKM Bahari Samudra, yang selama ini masih mengandalkan metode pemasaran konvensional, transformasi menuju digitalisasi merupakan langkah penting. Bukan hanya untuk menyesuaikan diri dengan perkembangan teknologi, tetapi juga sebagai strategi jangka panjang guna meningkatkan visibilitas, daya saing, serta omset penjualan [15], [16].

2. METODE

Kegiatan pengabdian ini akan dilakukan melalui delapan rangkaian kegiatan, yaitu:

a) Persiapan dan Survey Lokasi Pengabdian Kepada Masyarakat

Tim pengabdian pada masyarakat terdiri dari Dosen dan Mahasiswa. Tim pengabdian pada masyarakat melakukan koordinasi untuk melakukan persiapan pelaksanaan kegiatan dengan identifikasi persoalan mitra. Setelah itu tim mempersiapkan kebutuhan bahan wawancara dan survei, dilanjutkan kunjungan ke lokasi UMKM Bahari Samudra.

b) Penyiapan Bahan untuk Perancangan Website dan Penerapan Digital Marketing

Penyiapan dilakukan untuk mempersiapkan perancangan website yang dibutuhkan oleh UMKM Bahari Samudra. Bahan-bahan yang diperlukan mulai dari alamat website/domain website kemudian desain dari website untuk pemasaran produk.

c) Perancangan Website

Website UMKM Bahari Samudra didesain untuk pemasaran produk dan didesain semenarik mungkin untuk meningkatkan daya tarik calon konsumen. Pada website informasi terkait produk diberikan sedetail mungkin sehingga konsumen dapat mengetahui secara jelas produk UMKM Bahari Samudra. Selain itu, website juga disertakan prosedur untuk pemesanan produk sehingga konsumen dapat melakukan pembelian secara online.

d) Penerapan Digital Marketing melalui Website

Pada tahap ini dilakukan pelatihan beserta pendampingan untuk menerapkan menggunakan website sebagai media pemasaran. Pendampingan dilakukan untuk memastikan pihak UMKM Bahari Samudra dapat mengoperasikan penggunaan website sebagai media pemasaran digital.

e) Penerapan Akuntansi Digital

Pada tahap ini dilakukan pelatihan beserta pendampingan melakukan pencatatan maupun pembukuan menggunakan akuntansi digital melalui website akaunting.com. Penerapan akuntansi secara digital melalui web lebih mudah dilakukan selain itu fitur-fitur pembukuan juga sudah lengkap [17], [18]

f) Optimalisasi Digital Marketing Melalui Platform Media Sosial Lainnya Untuk Mendukung Usaha Mitra

Selain website, pada tahapan ini UMKM Bahari Samudra juga dilatih untuk menerapkan digital marketing pada platform media sosial pendukung pemasaran lainnya. Ada beberapa media yang bisa dimanfaatkan yaitu pemanfaatan media sosial (Instagram, Facebook, TikTok), pemasaran melalui email (email marketing), pembuatan konten video, iklan digital berbayar (Google Ads, Facebook Ads), serta optimalisasi mesin pencari (Search Engine Optimization/SEO). Dengan strategi yang tepat, UMKM Bahari Samudra dapat menjangkau konsumen secara lebih luas sekaligus membangun hubungan yang lebih erat dengan pelanggan.

g) Pendampingan Manajemen Usaha

Pada tahapan ini dilakukan pendampingan usaha untuk mengelola kegiatan bisnis [19].

h) Evaluasi dan Monitoring

Kegiatan monitoring dan evaluasi dilakukan untuk mengetahui perkembangan program, kendala dan permasalahan yang dihadapi serta mencari solusi dari permasalahan tersebut agar nantinya program berjalan secara keberlanjutan dan maksimal dalam mewujudkan peningkatan daya saing produk UMKM Bahari Samudra.

3. HASIL DAN PEMBAHASAN

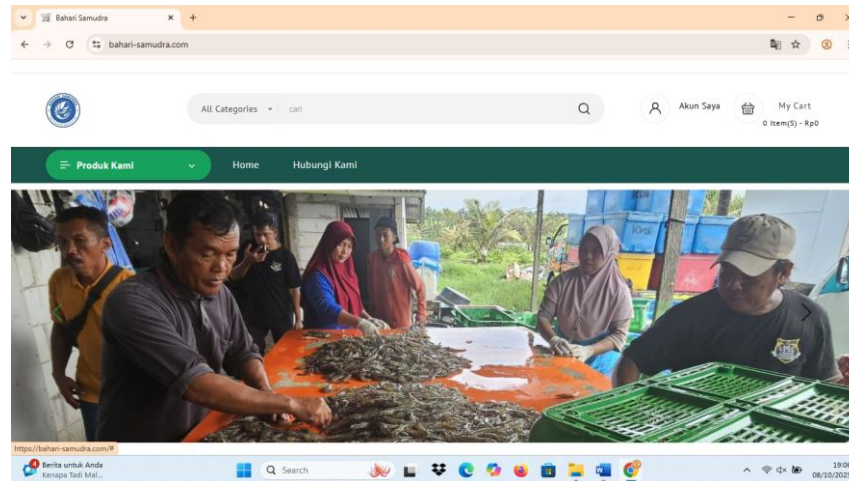
Pada bagian ini dibagi menjadi empat sub-bab pembahasan hasil kegiatan pengabdian pada masyarakat. Sub-bab pertama adalah hasil kegiatan perancangan website. Sub-bab kedua meliputi pelatihan digital marketing. Sub-bab ketiga berupa pelatihan penerapan akuntansi digital. Sub-bab keempat adalah pendampingan dalam manajemen usaha.

3.1 Perancangan Website

Perancangan website diawali dengan identifikasi kebutuhan UMKM Bahari Samudra. Mitra tersebut memiliki kendala dalam promosi produk dan juga belum memiliki platform digital sebagai media pemasaran. Berdasarkan permasalahan tersebut, maka dilakukan perancangan website. Tujuan dari perancangan website adalah menjadi sarana promosi, pemberian informasi, dan penjualan produk UMKM Bahari Samudra yang dapat diakses oleh masyarakat luas. Pada tahap awal, tim pengabdian bersama mitra melakukan diskusi. Diskusi tersebut untuk menentukan konsep dan fitur yang akan dimuat dalam website, termasuk menentukan bagian profil usaha, daftar produk, penentuan informasi harga, ulasan produk serta cara pemesanan yang mudah dipahami.

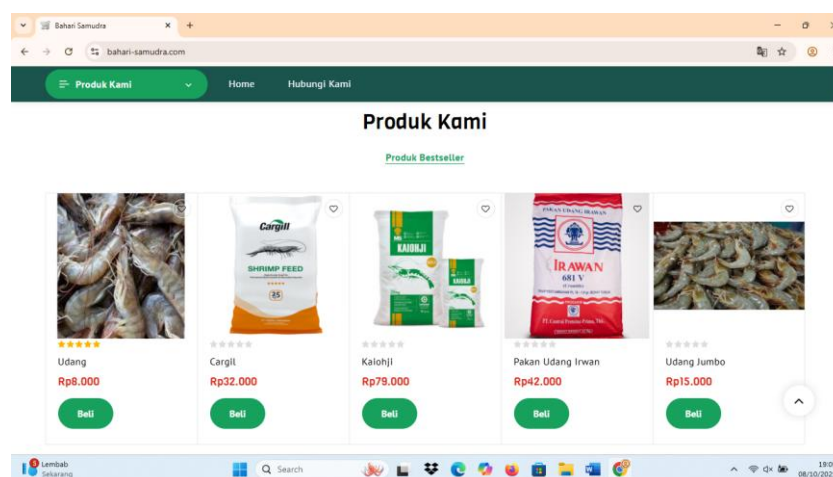
Proses perancangan website dimulai dengan menyesuaikan tampilan yang user-friendly dan responsif. Perancangan website didesain agar dapat diakses, baik melalui komputer dan smartphone. Website dirancang sederhana dengan tampilan menarik dilengkapi dengan navigasi

yang mudah. Dengan demikian, pengunjung bisa memperoleh informasi produk UMKM Bahari Samudra dengan jelas dan cepat. UMKM Bahari Samudra sebagai mitra aktif juga terlibat dalam setiap tahapan perancangan website supaya mitra memahami fungsi dan struktur website secara menyeluruh.



Gambar 2. Desain Halaman Utama

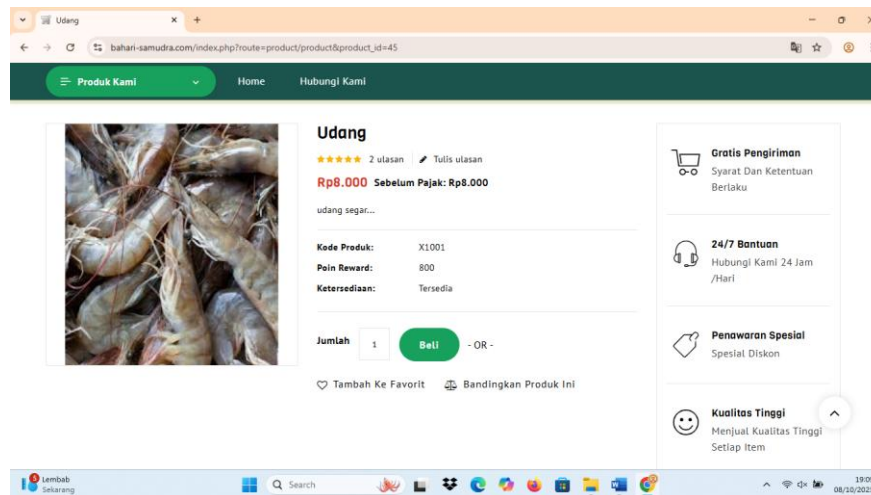
Pada Gambar 2 dapat dilihat desain halaman utama pada website. Gambar yang dipilih pada halaman utama bertujuan untuk menampilkan representasi lengkap aktivitas perdagangan di sektor kelautan dan perikanan yang dijalankan oleh UMKM Bahari Samudra. Visualisasi yang interaktif memperkuat pemahaman calon pembeli terhadap alur kegiatan bisnis UMKM Bahari Samudra. Lalu, halaman utama juga menampilkan produk best seller UMKM Bahari Samudra. Website juga dilengkapi dengan ulasan produk sehingga meyakinkan calon pembeli untuk membeli produk. Desain website yang dirancang responsif dan user-friendly memastikan pengalaman pengunjung tetap optimal di berbagai perangkat, menjadikan halaman utama sebagai pusat interaksi dan promosi aktivitas perdagangan UMKM Bahari Samudra.



Gambar 3. Produk Best Seller

Pada Gambar 3 terlihat contoh produk best seller UMKM Bahari Samudra. Produk unggulan yang ditampilkan seperti Udang, Cargil, Kaiohji, Pakan Udang Irwan, dan Udang Jumbo. Produk ditampilkan dengan gambar yang informatif dan menarik. Tujuannya agar calon pembeli mudah mengenali setiap produk yang ditawarkan. Setiap produk memiliki keunggulan tersendiri. Harga

produk UMKM Bahari Samudra yang ditawarkan sangat bervariasi, mulai dari Rp8.000 hingga Rp79.000. Rentang harga yang ditawarkan cukup kompetitif. Tampilan informasi harga yang transparan mampu meningkatkan kepercayaan calon konsumen terhadap produk UMKM Bahari Samudra. Perancangan website juga dilengkapi dengan fitur pencarian. Dengan demikian, pengunjung dapat dengan cepat menemukan produk yang diinginkan berdasarkan kategori atau harga. Hal tersebut dapat menjadikan pengalaman berbelanja di UMKM Bahari Samudra praktis dan mudah bagi calon konsumen.



Gambar 4. Deskripsi Produk

Pada Gambar 4 yaitu contoh deskripsi produk. Tiap produk yang ada pada website UMKM Bahari telah dideskripsikan secara lengkap dan jelas. Deskripsi produk dilengkapi informasi dasar, harga dan ulasan dari pembeli sebelumnya sehingga membantu calon pembeli dalam membuat keputusan. Selain itu, harga produk ditampilkan transparan dan kompetitif. Setiap produk dilengkapi dengan tombol “Masukkan ke Keranjang” yang memungkinkan pengunjung melakukan transaksi dengan cepat dan praktis. Di sisi lain, terdapat fitur perbandingan harga antara produk untuk membantu calon konsumen memilih produk yang diinginkan sesuai kebutuhan. Dengan fitur tersebut membuat pengalaman berbelanja di UMKM Bahari Samudra menjadi lebih efisien. Di sisi kanan gambar utama pada halaman produk, terdapat informasi penting yang langsung menarik perhatian pengunjung. Salah satu informasi utama adalah Gratis Pengiriman, dengan catatan bahwa syarat dan ketentuan berlaku. Hal ini memberikan keuntungan tambahan bagi pembeli, sehingga mereka merasa lebih terdorong untuk melakukan transaksi tanpa khawatir akan biaya pengiriman yang membebani.

Selain itu, terdapat layanan 24/7 bantuan yang siap melayani pelanggan kapan saja sepanjang hari. Dengan ketersediaan dukungan selama 24 jam sehari, pengunjung dapat menghubungi tim customer service kapan pun mereka membutuhkan bantuan atau memiliki pertanyaan terkait produk dan layanan. Ini menambah rasa nyaman dan kepercayaan dalam berbelanja di UMKM Bahari Samudra. Pada perancangan website juga terdapat informasi lainnya. Fitur Penawaran Spesial yang menghadirkan diskon khusus untuk produk tertentu. Penawaran ini memberikan nilai tambah bagi konsumen, sekaligus mendorong mereka untuk segera memanfaatkan kesempatan pembelian dengan harga lebih menarik. Terakhir, ada penegasan mengenai Kualitas Tinggi yang menjadi standar setiap produk yang dijual, menjamin bahwa semua item yang tersedia di platform memiliki mutu terbaik, sehingga pelanggan mendapatkan produk UMKM Bahari Samudra yang sesuai dengan harapan mereka.

Pada website juga terdapat ulasan produk dari pembeli. Ulasan dari pembeli tersebut yang sudah melakukan transaksi pembelian produk akan memiliki peran penting dalam membangun kepercayaan calon pembeli terhadap produk UMKM Bahari Samudra. Ulasan tersebut membagikan pengalaman nyata terkait produk UMKM sehingga calon konsumen baru dapat memperoleh gambaran jelas mengenai kualitas produk dan layanan yang ditawarkan. Ulasan ini juga membantu calon pembeli dalam membuat keputusan yang lebih tepat agar meyakinkan sebelum mereka melakukan transaksi pembelian. Ulasan atau testimoni juga berfungsi sebagai feedback yang berharga bagi UMKM Bahari Samudra untuk terus meningkatkan mutu produk dan pelayanan mereka. Kritik dan saran yang disampaikan oleh pelanggan dapat menjadi bahan evaluasi untuk pengembangan usaha ke depan. Dengan adanya ulasan yang transparan, website juga menciptakan suasana yang lebih interaktif dan terbuka antara pelaku usaha dan konsumen. Secara keseluruhan, testimoni tidak hanya meningkatkan kredibilitas produk tetapi juga memperkuat hubungan antara UMKM dan pelanggan. Hal ini mendukung pertumbuhan bisnis secara berkelanjutan serta mendorong loyalitas konsumen untuk terus menggunakan produk dan layanan UMKM Bahari Samudra. Pada proses pembelian di website UMKM Bahari Samudra, sistem kasir dirancang untuk memberikan kemudahan dan fleksibilitas bagi semua jenis pelanggan.

3.2 Hasil Kegiatan Memberikan Pelatihan Digital Marketing

Selain merancang website, kegiatan pengabdian pada masyarakat ini juga menitikberatkan pada pelatihan pengelolaan konten secara mandiri bagi UMKM Bahari Samudra sebagai mitra. Mitra diberikan bimbingan tentang cara memasukkan informasi produk, memperbarui harga, dan mempublikasikan konten terbaru agar website tetap relevan dan menarik bagi pelanggan. Pendampingan ini bertujuan agar UMKM Bahari Samudra tidak hanya memiliki website sebagai media pasif, tetapi juga mampu mengelola dan memanfaatkan platform digital secara berkelanjutan untuk mendukung pemasaran dan komunikasi usaha.

Hasil dari kegiatan ini menunjukkan peningkatan signifikan dalam kemampuan mitra dalam mengelola promosi digital. Website yang telah dibuat memberikan ruang baru bagi UMKM Bahari Samudra untuk memperluas jangkauan pasar dan meningkatkan kepercayaan pelanggan. Keberadaan platform digital ini juga membuka peluang kerja sama dengan mitra usaha baru, sekaligus menjadi langkah awal transformasi digital yang diharapkan dapat membawa UMKM menuju pengembangan usaha yang lebih profesional dan berkelanjutan. Kegiatan pengabdian masyarakat yang dilakukan berupa pelatihan digital marketing berhasil memberikan pemahaman dan keterampilan dasar kepada UMKM Bahari Samudra dalam memasarkan produk secara digital. Melalui pelatihan ini, mitra dibekali dengan pengetahuan tentang pemanfaatan website dan media sosial sebagai alat utama promosi yang efektif untuk menjangkau pasar yang lebih luas dan meningkatkan visibilitas usaha. Materi yang diberikan meliputi cara membuat dan mengelola konten menarik di berbagai platform seperti Instagram, Facebook, dan WhatsApp Business, yang menjadi media penting dalam membangun hubungan dengan pelanggan.



Gambar 5. Pelatihan Digital Marketing

3.3 Memberikan Pelatihan Penerapan Akuntansi Digital

Kegiatan pengabdian masyarakat berupa pelatihan penerapan akuntansi digital berhasil memberikan peningkatan kapasitas kepada UMKM Bahari Samudra dalam mengelola keuangan usaha secara lebih terstruktur, rapi, dan efisien. Melalui pelatihan ini, mitra dibimbing untuk menggunakan berbagai aplikasi akuntansi sederhana yang sesuai dengan kebutuhan UMKM, seperti Excel dan BukuKas, yang memungkinkan pencatatan transaksi harian secara sistematis. Pelatihan ini juga mengajarkan cara mengelompokkan pengeluaran dan pemasukan, membuat laporan laba rugi, serta mencatat stok dan piutang secara digital, sehingga proses pencatatan keuangan menjadi lebih mudah dan akurat.

Selama pelatihan, mitra diberikan pemahaman mendalam mengenai pentingnya akuntansi digital dalam memantau arus kas dan menghitung keuntungan penjualan secara berkala. Dengan pendekatan yang praktis, mitra dapat melihat langsung bagaimana pencatatan keuangan yang baik dapat membantu mengidentifikasi kinerja usaha serta mendukung pengambilan keputusan bisnis yang lebih tepat dan cepat. Hal ini sangat membantu UMKM dalam menjalankan usahanya dengan sistem keuangan yang transparan dan terorganisir. Penerapan sistem akuntansi digital ini juga memudahkan UMKM Bahari Samudra untuk memisahkan antara keuangan usaha dan keuangan pribadi, yang selama ini menjadi tantangan dalam pengelolaan keuangan usaha kecil. Dengan sistem yang lebih profesional, UMKM kini lebih siap dalam memenuhi kebutuhan administrasi dan persyaratan jika ingin menjalin kerja sama dengan lembaga keuangan, investor, atau mitra usaha lainnya. Hal ini membuka peluang baru untuk pengembangan usaha yang lebih luas dan berkelanjutan.



Gambar 6. Pendampingan Manajemen Usaha pada UMKM Bahari Samudra

Gambar 6 merupakan kegiatan pendampingan manajemen usaha yang dilakukan oleh tim pengabdian masyarakat kepada UMKM Bahari Samudra. Selama pendampingan, mitra dibantu dalam menyusun struktur organisasi sederhana yang sesuai dengan skala usaha, termasuk pembagian tugas dan tanggung jawab yang jelas antar anggota tim. Selain itu, mitra juga didampingi dalam membuat alur kerja (workflow) yang mendukung kelancaran operasional sehari-hari. Pendampingan ini juga mencakup penyusunan perencanaan usaha jangka pendek dan menengah, pengelolaan stok barang, penjadwalan produksi, serta pencatatan evaluasi kinerja usaha secara berkala. Semua proses ini disesuaikan dengan karakteristik usaha perikanan yang dijalankan oleh Bahari Samudra,

4. KESIMPULAN

Kegiatan pengabdian masyarakat ini telah dilaksanakan melalui empat kegiatan utama, yaitu perancangan website, pelatihan digital marketing, pelatihan penerapan akuntansi digital, serta pendampingan dalam manajemen usaha. Setiap kegiatan dirancang untuk meningkatkan kemampuan masyarakat dalam mengoptimalkan teknologi digital dan manajemen usaha secara efektif. Dengan demikian, tujuan pengabdian untuk memberdayakan masyarakat dalam menghadapi tantangan era digital telah berhasil dicapai. Dampak positif yang dirasakan oleh masyarakat mencakup peningkatan pengetahuan dan keterampilan dalam bidang digital marketing serta akuntansi digital, yang berkontribusi pada peningkatan efisiensi dan profesionalisme dalam pengelolaan usaha mereka. Selain itu, pendampingan manajemen usaha memberikan dukungan berkelanjutan yang membantu masyarakat mengatasi berbagai kendala dalam menjalankan bisnis.

5. UCAPAN TERIMA KASIH

Terimakasih kepada P3M (Pusat Penelitian dan Pengabdian Kepada Masyarakat) Politeknik Negeri Jember yang telah memberikan dukungan terhadap kegiatan ini.

REFERENSI

- [1] M. Sholeh, M. Yusuf, I. G. G. Badrawada, Y. F. Prabowo, and U. Hadi, "Digitalisasi Promosi Umkm Zalac Food Sleman Melalui Optimalisasi Website," *Communnity Development Journal*, vol. 5, no. 5, pp. 10298–10305, 2024.
- [2] F. Mansir and S. Fatimah, "Penggunaan Aplikasi Pembukuan Melalui Digital Marketing Dan Media Sosial Pada Umkm Bangunjiwo Bantul," *Kumawula: Jurnal Pengabdian Kepada Masyarakat*, vol. 4, no. 2, pp. 256–262, Aug. 2021, doi: 10.24198/kumawula.v4i2.32694.
- [3] O. Pramiana and S. Suprpto, "Pendampingan Strategi Digital Marketing dan Manajemen Usaha untuk UMKM Desa Kampungbaru Kecamatan Plandaan Kabupaten Jombang," *Jurnal Pengabdian Masyarakat Bangsa*, vol. 2, no. 3, pp. 605–611, 2024.
- [4] A. A. Nugroho and M. A. Ahmadi, "Pengaruh Digital Marketing Terhadap Perkembangan Umkm," *Musytari: Neraca Manajemen, Ekonomi*, vol. 12, no. 8, pp. 1–13, 2024, doi: 10.8734/mnmae.v1i2.359.
- [5] Y. Suprpto and Viviani, "Penerapan Digital Marketing Pada UMKM Mix & Match," *Jurnal Pengabdian kepada Masyarakat Nusantar (JPKMN)*, vol. 5, no. 3, pp. 3661–3668, 2024, doi: 10.55338/jpkmn.v5i3.2460.
- [6] S. Maharani and T. Yoviani, "Pemberdayaan UMKM Melalui Digital Marketing dan Strategi Permodalan," *ALMUJTAMAE: Jurnal Pengabdian Masyarakat*, vol. 4, no. 2, pp. 184–190, Aug. 2024, doi: 10.30997/almujtamae.v4i2.15305.
- [7] L. Septarina, L. Hakim, O. M. Febriani, and F. Azim, "Pelatihan Pembuatan Website untuk Pemasaran Produk UMKM Desa Ceringin Asri," *NEAR: Jurnal Pengabdian kepada Masyarakat*, vol. 2, no. 2, pp. 150–153, 2023.
- [8] M. Sholeh and A. Pranoto, "Pemanfaatan Digital Marketing Bagi Para Pelaku Umkm Di Kecamatan Sedayu Bantul Sebagai Upaya Untuk Mempromosikan Produk," *Jurnal Budimas*, vol. 05, no. 01, pp. 1–9, 2023.
- [9] R. Hidayat, A. Irmayanti, W. Setyawan, and R. Ismoyojati, "Pemanfaatan Website Desa Untuk Promosi Produk UMKM di Desa Arga Mulya Kabupaten Lamandau," *Gudang Jurnal Pengabdian Masyarakat*, vol. 2, no. 1, pp. 19–22, 2024, doi: 10.59435/gjpm.v2i1.175.
- [10] S. Rahmawati, S. Aisyah, T. Andarwati, U. N. Ainniyah, T. H. Rachmatika, and Mahfudhotin, "Penguatan Daya Saing UMKM Melalui Pemanfaata Website sebagai Media Promosi dan Branding Produk Skincare," *Welfare: Jurnal Pengabdian Masyarakat*, vol. 3, no. 1, pp. 126–132, 2025, [Online]. Available: <https://jurnalfebi.iainkediri.ac.id/index.php/Welfare>
- [11] R. Sulistyowati et al., "Program pengabdian kepada masyarakat nasional: pelatihan digital marketing dan digitalisasi akuntansi bagi UMKM di pulau Madura," *SELAPARANG: Jurnal Pengabdian Masyarakat Berkemajuan*, vol. 8, no. 3, pp. 3025–3032, 2024.
- [12] Lady et al., "Implementation Of Digital Marketing On Msme Jully Jastip Implementasi Digital Marketing Pada Umkm Jully Jastip," *Rangkiang: Jurnal Pengabdian Pada Masyarakat*, vol. 5, no. 1, pp. 34–44, 2023, doi: 10.22202/JR.2020.V1i2.3821.
- [13] T. Wahyono and Martin Setyawan, "Pelatihan dan Pendampingan Pembuatan Konten Digital untuk Peningkatan Promosi Produk UMKM," *E-Amal: Jurnal Pengabdian Kepada Masyarakat*, vol. 4, no. 3, pp. 1605–1614, 2024.
- [14] Masruroh, M. K. R. M., M. R. Zamroni, and M. Sholikhin, "Pengembangan Website E-Commerce sebagai Sarana Promosi pada UMKM 'Sehati Kopi,'" *Jurnal Abdimas Berdaya*, vol. 7, no. 1, pp. 88–98, 2024, [Online]. Available: <http://sehatikopi.my.id/>
- [15] Terttiaavini, L. Hertati, Y. Yulius, and T. S. Saputra, "Pelatihan Digital Marketing Dan Inovasi Produk Guna Meningkatkan Daya Saing Umkm Ikan Pedo Serbuk," *JMM (Jurnal Masyarakat Mandiri)*, vol. 8, no. 2, pp. 2405–2416, Apr. 2024, doi: 10.31764/jmm.v8i2.21836.

-
- [16] M. Trihudyatmanto et al., “Pengembangan UMKM melalui Digital Marketing di Desa Kayugiyang, Kecamatan Garung, Kabupaten Wonosobo,” *JEPemas: Jurnal Pengabdian Masyarakat*, vol. 3, no. 2, pp. 1–8, 2024.
- [17] Rohmayanti, B. Y. Rahmatian, R. A. Syahrian, D. A. Pitaloka, S. Yasmin, and P. Febriyani, “Pengembangan Digital Marketing dan Manajemen Keuangan bagi UMKM untuk Meningkatkan Perekonomian Masyarakat,” *Jurnal Pengabdian Pada Masyarakat*, vol. 8, no. 1, pp. 432–439, May 2023, doi: 10.30653/jppm.v8i2.393.
- [18] C. D. Nainggolan, N. Butarbutar, M. F. Silaen, H. S. Putra, and L. Siregar, “Pemanfaatan Digital Marketing Dan Pengelolaan Keuangan Sebagai Upaya Pengembangan Usaha Umkm Salad Buah Siantar Pematang Siantar,” *Communnity Development Journal*, vol. 5, no. 1, pp. 575–580, 2024.
- [19] A. F. S. Nainggolan and D. Airawaty, “Penerapan Digital Marketing Dalam Meningkatkan Efektivitas Pemasaran Umkm Rumah Jamu Argomulyo,” *Jurnal BUDIMAS*, vol. 6, no. 2, pp. 1–8, 2024.