Al-Khidma: Jurnal Pengabdian Masyarakat
E-ISSN: 2807-7903
Vol. 6 No. 4 Oktober 2026
Journal home page: https://jurnal.stiq-amuntai.ac.id/index.php/Al-khidma

Penerapan Teknologi Tepat Guna dan Digitalisasi Pemasaran dalam Penguatan Daya Saing UMKM Kopi Lelet Berbasis Budaya Lokal

Nurma Gupita Dewi[1]✉, Adelia Ika Damayanti[2], Hetty Muniroh[3]

[1,2,3]Universita YPPI Rembang

✉[1]nurmagupita46@gmail.com, [2]adeliaid31398@gmail.com, [3]hettymuniroh@gmail.com

ARTICLE INFO

Article History:
Submitted: 19 Jul. 2026
Revised: 31 Agu. 2026
Accepted: 22 Sep. 2026
Published: 14 Okt. 2026

Kata Kunci:
UMKM, Kopi Lelet, Teknologi Tepat Guna, Daya Saing, Digital Marketing

Keywords:
MSMEs, Lelet Coffee, Appropriate Technology, Competitiveness, Digital Marketing

Doi:
10.35931/ak.v6i4.7212

ABSTRAK

Kegiatan pengabdian kepada masyarakat ini bertujuan meningkatkan daya saing UMKM Kopi Lelet Rembang berbasis budaya lokal melalui penerapan teknologi tepat guna dan digitalisasi pemasaran. Permasalahan utama yang dihadapi mitra meliputi keterbatasan peralatan produksi, belum optimalnya pengelolaan usaha, rendahnya pemanfaatan media digital sebagai sarana promosi, serta belum adanya sistem pemasaran berbasis daring. Metode pelaksanaan kegiatan meliputi sosialisasi, pemberian teknologi tepat guna berupa mesin sangrai kopi dan mesin giling kopi, penyediaan banner usaha, pembuatan akun media sosial yang terdiri atas TikTok, Instagram, dan Shopee, pengembangan website e-commerce, pelatihan manajemen usaha, pelatihan pembukuan sederhana, pelatihan digital marketing, serta pendampingan dan evaluasi. Hasil kegiatan menunjukkan bahwa mitra mampu meningkatkan efisiensi proses produksi melalui pemanfaatan mesin sangrai dan mesin giling kopi. Mitra juga memiliki identitas usaha yang lebih baik melalui banner usaha, mampu memanfaatkan media sosial dan website e-commerce sebagai sarana promosi dan pemasaran produk, serta memiliki kemampuan yang lebih baik dalam mengelola usaha, menyusun pembukuan sederhana, dan menerapkan strategi pemasaran digital. Program ini memberikan dampak positif terhadap peningkatan kapasitas produksi, penguatan tata kelola usaha, perluasan akses pasar, serta peningkatan daya saing UMKM Kopi Lelet Rembang secara berkelanjutan.

ABSTRACT

This community service program aimed to improve the competitiveness of Lelet Coffee MSMEs in Rembang through the application of appropriate technology and digital marketing. The partner's main challenges included limited production equipment, inadequate business management, low utilization of digital media for promotion, and the absence of an online marketing system. The implementation methods consisted of program socialization, provision of appropriate technology in the form of a coffee roasting machine and a coffee grinding machine, installation of a business banner, development of digital marketing platforms through TikTok, Instagram, and Shopee accounts, creation of an e-commerce website, business management training, simple bookkeeping training, digital marketing training, mentoring, and evaluation. The results showed that the partners were able to improve production efficiency by utilizing the roasting and grinding machines. The partners also established a stronger business identity through the business banner, utilized social media and the e-commerce website as promotional and marketing channels, and improved their capabilities in business management, simple financial recordkeeping, and digital marketing. Overall, the program enhanced production capacity, strengthened business governance, expanded market access, and improved the long-term competitiveness of the Lelet Coffee MSMEs.

Copyright © 2026 Author(s)
Work published below Lisensi Creative Commons Atribusi-BerbagiSerupa 4.0 Internasional.

PENDAHULUAN

Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah (UMKM) merupakan salah satu sektor yang memiliki peran strategis dalam mendorong pertumbuhan ekonomi nasional, menciptakan lapangan kerja, serta meningkatkan kesejahteraan masyarakat.[1] Di tengah perkembangan ekonomi digital dan persaingan pasar yang semakin kompetitif, UMKM dituntut untuk mampu meningkatkan produktivitas, kualitas produk, serta memanfaatkan teknologi agar dapat bertahan dan berkembang.[2] Digitalisasi usaha, penerapan teknologi tepat guna, serta penguatan kapasitas manajerial menjadi faktor penting dalam meningkatkan daya saing UMKM secara berkelanjutan.[3]

Perkembangan transformasi digital dalam beberapa tahun terakhir telah mengubah cara pelaku usaha menjalankan aktivitas bisnis, mulai dari proses produksi, pengelolaan operasional, hingga strategi pemasaran. Digitalisasi tidak lagi dipandang sebagai pilihan, melainkan telah menjadi kebutuhan strategis agar pelaku usaha mampu bertahan dan berkembang di tengah persaingan bisnis yang semakin kompetitif. Pemerintah Indonesia juga terus mendorong percepatan transformasi digital UMKM melalui berbagai program pemberdayaan yang bertujuan meningkatkan produktivitas, memperluas akses pasar, dan memperkuat daya saing pelaku usaha. Target pemerintah untuk mendorong jutaan UMKM masuk ke ekosistem digital menunjukkan bahwa transformasi digital telah menjadi agenda nasional dalam pembangunan ekonomi berbasis teknologi.[4]

Digitalisasi memberikan berbagai manfaat bagi UMKM karena mampu meningkatkan efisiensi operasional, memperluas jangkauan pemasaran, memperkuat hubungan dengan pelanggan, serta meningkatkan kemampuan pelaku usaha dalam membangun identitas merek (*brand awareness*). Kehadiran media sosial, marketplace, dan website memungkinkan UMKM memasarkan produk secara lebih luas dengan biaya yang relatif rendah dibandingkan pemasaran konvensional. Selain itu, teknologi digital juga membantu pelaku usaha memperoleh informasi pasar secara lebih cepat sehingga mampu merespons perubahan kebutuhan konsumen secara lebih adaptif.[5]

Meskipun demikian, implementasi transformasi digital pada UMKM masih menghadapi berbagai tantangan. Sebagian besar pelaku usaha masih mengalami keterbatasan dalam pemanfaatan teknologi produksi, pengelolaan administrasi keuangan, maupun pemasaran digital. Rendahnya literasi digital dan keterbatasan sumber daya manusia menyebabkan banyak UMKM belum mampu mengoptimalkan berbagai

---

[1] Tulus T. H. Tambunan, *UMKM Di Indonesia: Perkembangan, Kendala, Dan Tantangan* (Jakarta: Prenadamedia Group, 2021).

[2] Nurma Gupita Dewi, Rizki Ridhasyah, and Tio Anta Wibawa, "Financial Access and MSMEs Performance during Pandemic COVID-19: The Moderating Role of Digitization," *Journal of Developing Economies* 8, no. 1 (June 2023), https://doi.org/10.20473/jde.v8i1.36843.

[3] Aurilia Triani Aryaningtyas et al., "Optimalisasi Produk Lokal Sebagai Daya Tarik Kampung Wisata Pakintelan Semarang," *Jurnal Kajian Ilmiah* 25, no. 1 (January 2025), https://doi.org/10.31599/tda7rt51.

[4] Kementerian Komunikasi dan Digital Republik Indonesia, *Siaran Pers No. 475/HM/KOMINFO/08/2024 Tentang Tahun 2024, Indonesia Targetkan 30 Juta Pelaku UMKM Adopsi Teknologi Digital*, 2024, https://www.komdigi.go.id/berita/pengumuman/detail/siaran-pers-no-475-hm-kominfo-08-2024-tentang-tahun-2024-indonesia-targetkan-30-juta-pelaku-umkm-adopsi-teknologi-digital.

[5] F. N. Ayuningtyas, "Pemberdayaan UMKM Melalui Digitalisasi Pemasaran Di Desa Bantarujeg Kabupaten Majalengka," *JAMU: Jurnal Abdi Masyarakat UMUS* 5, no. 1 (n.d.).

platform digital sebagai sarana pengembangan usaha. Kondisi tersebut berdampak pada rendahnya produktivitas, terbatasnya jangkauan pasar, serta kurang optimalnya kemampuan UMKM dalam meningkatkan daya saing di era ekonomi digital.[6]

Salah satu produk unggulan yang memiliki nilai budaya dan potensi ekonomi di Kabupaten Rembang adalah Kopi Lelet. Tradisi "nglelet", yaitu seni melukis menggunakan ampas kopi pada batang rokok, telah menjadi identitas budaya masyarakat Rembang yang dikenal secara luas. Potensi tersebut menjadikan UMKM Kopi Lelet tidak hanya berperan sebagai pelaku ekonomi, tetapi juga sebagai bagian dari upaya pelestarian budaya lokal. Namun demikian, agar mampu bersaing di pasar yang semakin kompetitif, pengelolaan usaha perlu didukung dengan peningkatan kapasitas produksi, manajemen usaha yang baik, serta strategi pemasaran yang adaptif terhadap perkembangan teknologi.[7]

Berdasarkan hasil observasi dan diskusi dengan mitra, ditemukan beberapa permasalahan yang dihadapi UMKM Kopi Lelet. Proses roasting masih dilakukan secara manual sehingga kapasitas produksi terbatas, kualitas tingkat kematangan kopi belum konsisten, dan efisiensi waktu produksi masih rendah. Selain itu, pencatatan transaksi keuangan belum dilakukan secara sistematis sehingga pemilik usaha mengalami kesulitan dalam mengetahui kondisi keuangan usahanya. Dari sisi pemasaran, promosi produk masih mengandalkan metode konvensional sehingga jangkauan pasar relatif terbatas dan belum memanfaatkan berbagai platform digital secara optimal.[8] Kondisi tersebut sejalan dengan hasil penelitian yang menyatakan bahwa rendahnya adopsi teknologi, lemahnya pengelolaan usaha, dan keterbatasan pemasaran digital masih menjadi kendala utama pengembangan UMKM di Indonesia.[9]

Permasalahan tersebut memerlukan solusi yang terintegrasi melalui penerapan teknologi tepat guna dan penguatan kapasitas manajemen usaha. Penerapan mesin roasting dan mesin grinder diharapkan mampu meningkatkan efisiensi proses produksi, kapasitas produksi, serta menjaga konsistensi kualitas kopi yang dihasilkan. Di sisi lain, pelatihan pembukuan sederhana akan membantu mitra dalam mengelola keuangan usaha secara lebih tertib, sedangkan pendampingan digital marketing melalui Instagram, TikTok, Shopee, dan website e-commerce diharapkan mampu memperluas akses pasar, meningkatkan branding produk, serta mendorong peningkatan penjualan.[10]

---

[6] Cindy Merni Maulidina and Lu'Lu Nafiati, "Penerapan Sistem Informasi Akuntansi, Digital Marketing Dan e-Commerce Untuk Meningkatkan Literasi Digitalisasi Dan Kinerja UMKM," *Jurnal Pembelajaran Pemberdayaan Masyarakat (JP2M)* 5, no. 1 (2024), https://doi.org/https://doi.org/10.33474/jp2m.v5i1.21506.

[7] Hersugondo Hersugondo et al., "Penguatan Komoditi Unggulan Masyarakat: Pengembangan Produk Dan Pasar Kopi Lelet Rembang," *Jurnal Pengabdian Masyarakat Progresif Humanis Brainstorming* 5, no. 2 (May 2022), https://doi.org/10.30591/japhb.v5i2.2921.

[8] Arifin Arifin, Moh. Khoirul Aziz, and Nurma Gupita Dewi, "Penguatan Legalitas Usaha Dan Pemanfaatan Digital Marketing Dalam Meningkatkan Daya Saing Umkm Di Kabupaten Rembang," *Jurnal PengaMAS* 6, no. 1 (May 2023), https://doi.org/10.33387/pengamas.v6i1.4032.

[9] Rifzaldi Nasri, Nur Aini Sunarti, and Adi Mansah, "Pendampingan Kewirausahaan Pada UKM Binaan Kopi Hallu Kedaung, Tangerang Selatan, Banten," *Prosiding Seminar Nasional Pengabdian Masyarakat LPPM UMJ*, n.d.

[10] Philip Kotler, Kevin Lane Keller, and Alexander Chernev, *Marketing Management* (2022).

Dalam konteks pengembangan UMKM, penerapan teknologi tepat guna menjadi salah satu strategi yang efektif untuk meningkatkan efisiensi proses produksi dan kualitas produk. Penggunaan mesin produksi yang sesuai dengan karakteristik usaha mampu mempercepat proses kerja, menghasilkan kualitas produk yang lebih konsisten, serta meningkatkan kapasitas produksi. Di sisi lain, penguatan aspek manajemen usaha dan pemasaran digital menjadi faktor pendukung agar peningkatan kapasitas produksi dapat diikuti dengan perluasan pasar dan peningkatan pendapatan usaha.[11] Oleh karena itu, pemberdayaan UMKM perlu dilakukan secara terintegrasi melalui kombinasi antara penerapan teknologi, peningkatan kapasitas sumber daya manusia, dan digitalisasi pemasaran.

Berdasarkan uraian tersebut, kegiatan pengabdian kepada masyarakat ini bertujuan untuk meningkatkan daya saing UMKM Kopi Lelet berbasis budaya lokal di Kabupaten Rembang melalui penerapan teknologi tepat guna, pelatihan pembukuan sederhana, serta pendampingan digital marketing sehingga kapasitas produksi, kemampuan manajerial, dan jangkauan pemasaran mitra dapat meningkat secara berkelanjutan.[12] Transformasi digital menjadi elemen kunci bagiUMKM di Indonesia dalam meningkatkan produktivitas, daya saing, dan keberlanjutan.[13]

Berbagai program pemberdayaan UMKM pada umumnya hanya berfokus pada salah satu aspek, seperti pelatihan digital marketing, bantuan peralatan produksi, atau pelatihan administrasi usaha. Berbeda dengan program tersebut, kegiatan pengabdian ini mengintegrasikan penerapan teknologi tepat guna berupa mesin *roasting* dan *grinder*, pelatihan manajemen usaha, pelatihan pembukuan sederhana, serta pendampingan pemasaran digital melalui media sosial, *marketplace*, dan website *e-commerce*. Pendekatan yang terintegrasi tersebut diharapkan mampu menghasilkan peningkatan kapasitas produksi, tata kelola usaha, dan perluasan akses pasar secara berkelanjutan. Selain itu, program ini mengangkat Kopi Lelet Rembang sebagai produk berbasis budaya lokal sehingga pemberdayaan yang dilakukan tidak hanya berorientasi pada peningkatan ekonomi, tetapi juga mendukung pelestarian identitas budaya daerah

METODE PENGABDIAN

Kegiatan Pengabdian kepada Masyarakat (PKM) dilaksanakan di UMKM JM Coffee yang berlokasi di Desa Kabongan Kidul, Kecamatan Rembang, Kabupaten Rembang, Jawa Tengah. Metode yang digunakan dalam kegiatan ini meliputi observasi, penyuluhan, pelatihan, pendampingan, implementasi teknologi tepat guna, serta monitoring dan evaluasi. Metode tersebut dipilih agar mitra tidak hanya memperoleh pengetahuan, tetapi juga mampu menerapkan teknologi dan keterampilan yang diberikan secara berkelanjutan.

[11] Ika Prastyaningsih et al., "Optimalisasi Pemasaran Digital Pada UMKM Queen De Lemon Di Desa Cepoko, Kecamatan Ngrambe Ngawi," *Al-Khidma: Jurnal Pengabdian Masyarakat* 6, no. 3 (2026).

[12] Lady Lady and Ng Thian Way, "Strategi Optimalisasi Digital Marketing Pada UMKM Kinta Laundry," *Al-Khidma: Jurnal Pengabdian Masyarakat* 5, no. 1 (March 2025), https://doi.org/10.35931/ak.v5i1.4728.

[13] Habib Bahtiar et al., "Digital Transformation towards Sustainability: Challenges and Opportunities for Indonesian MSMEs," *Jurnal Ekonomi Dan Bisnis* 28, no. 1 (May 2025), https://doi.org/10.24914/jeb.v28i1.13935.

Pelaksanaan PKM diawali dengan tahap observasi untuk mengidentifikasi kondisi awal mitra, meliputi proses produksi, pengelolaan keuangan, serta strategi pemasaran yang telah diterapkan. Tahap berikutnya adalah penyuluhan, yaitu pemberian materi mengenai pentingnya penerapan teknologi tepat guna, pembukuan sederhana, dan digital marketing dalam meningkatkan daya saing UMKM. Selanjutnya dilakukan pelatihan dan implementasi teknologi tepat guna berupa penggunaan mesin roasting dan mesin grinder untuk meningkatkan efisiensi produksi serta menjaga konsistensi kualitas kopi.

Selanjutnya, tim PKM melakukan pendampingan digital marketing melalui pembuatan dan optimalisasi akun Instagram, TikTok, Shopee, dan website e-commerce sebagai media promosi dan penjualan produk. Mitra juga diberikan pelatihan mengenai penyusunan konten promosi, pengelolaan katalog produk, strategi pemasaran digital, dan pelayanan pelanggan secara daring. Tahap terakhir adalah monitoring dan evaluasi, yang dilakukan untuk menilai tingkat pemahaman peserta, kemampuan mengoperasikan teknologi, penerapan pembukuan sederhana, serta efektivitas penggunaan platform digital dalam mendukung peningkatan pemasaran dan daya saing UMKM.



Gambar 1. Metode Pelaksanaan Kegiatan

HASIL DAN PEMBAHASAN

Penerapan Teknologi Tepat Guna dalam Meningkatkan Kapasitas Produksi

Penerapan teknologi tepat guna dilakukan melalui penyediaan dan pelatihan penggunaan mesin roasting serta mesin grinder. Sebelum program dilaksanakan, proses roasting masih dilakukan secara manual sehingga kapasitas produksi terbatas dan kualitas hasil sangrai kurang konsisten. Setelah implementasi mesin, mitra mampu melakukan proses roasting dengan waktu yang lebih efisien, kapasitas produksi meningkat, dan tingkat kematangan kopi menjadi lebih seragam. Selain itu, penggunaan mesin grinder menghasilkan ukuran bubuk kopi yang lebih konsisten sehingga meningkatkan kualitas produk yang dipasarkan.

Penerapan mesin roasting dan grinder tidak hanya memberikan dampak terhadap peningkatan kapasitas produksi, tetapi juga berkontribusi terhadap peningkatan standar mutu produk yang dihasilkan. Sebelum penggunaan teknologi tepat guna, proses roasting dilakukan secara manual sehingga tingkat kematangan biji kopi sangat bergantung pada pengalaman operator. Kondisi tersebut menyebabkan variasi

rasa, aroma, dan warna kopi yang dihasilkan relatif tinggi. Setelah penggunaan mesin roasting, suhu dan waktu penyangraian dapat dikendalikan secara lebih stabil sehingga menghasilkan kualitas sangrai yang lebih seragam. Konsistensi kualitas produk menjadi faktor penting dalam mempertahankan kepuasan pelanggan serta meningkatkan kepercayaan konsumen terhadap produk UMKM.

Selain meningkatkan kualitas produk, penggunaan mesin grinder juga memberikan manfaat dalam mempercepat proses produksi dan menghasilkan ukuran bubuk kopi yang lebih homogen. Keseragaman ukuran bubuk kopi berpengaruh terhadap kualitas seduhan sehingga memberikan pengalaman konsumsi yang lebih baik bagi pelanggan. Hasil kegiatan ini menunjukkan bahwa penerapan teknologi tepat guna tidak hanya meningkatkan efisiensi operasional, tetapi juga memperkuat daya saing produk melalui peningkatan kualitas yang lebih konsisten.



Gambar 2. Penyerahan Teknologi Tepat Guna

Pelatihan Manajemen Usaha

Pelatihan manajemen usaha memberikan tambahan pengetahuan kepada mitra mengenai pentingnya pengelolaan usaha yang terencana sebagai salah satu faktor pendukung keberhasilan UMKM. Peningkatan pemahaman manajerial diharapkan dapat membantu pelaku usaha dalam merencanakan, mengelola, dan mengembangkan usahanya secara lebih sistematis. Peningkatan kapasitas sumber daya manusia melalui pelatihan menjadi salah satu faktor penting dalam memperkuat daya saing UMKM.[14] Keberhasilan pengembangan UMKM tidak hanya dipengaruhi oleh pemanfaatan teknologi, tetapi juga oleh kemampuan pelaku usaha dalam mengelola bisnis dan beradaptasi dengan perubahan lingkungan usaha.[15]

Pelatihan manajemen usaha tidak hanya difokuskan pada penyampaian materi, tetapi juga melalui diskusi interaktif mengenai permasalahan yang dihadapi mitra dalam menjalankan usaha sehari-hari. Tim pengabdian memberikan pendampingan mengenai penyusunan tujuan usaha, perencanaan produksi, pengelolaan persediaan, pelayanan kepada pelanggan, hingga strategi menghadapi persaingan pasar.

[14] Maulidina and Nafiati, "Penerapan Sistem Informasi Akuntansi, Digital Marketing Dan e-Commerce Untuk Meningkatkan Literasi Digitalisasi Dan Kinerja UMKM."

[15] Rizki Pratama Johanis Paransa, "Optimalisasi Pertumbuhan Umkm Di Indonesia Melalui Pemasaran Digital," *Efisiensi : Kajian Ilmu Administrasi* 21, no. 2 (September 2024), https://doi.org/10.21831/efisiensi.v21i2.77042.

Pendekatan partisipatif tersebut memberikan kesempatan kepada mitra untuk mengidentifikasi kekuatan dan kelemahan usahanya sehingga mampu menyusun langkah pengembangan usaha secara lebih realistis.

Melalui pelatihan ini, mitra mulai memahami pentingnya penyusunan target penjualan, evaluasi kinerja usaha secara berkala, serta pemanfaatan informasi keuangan sebagai dasar pengambilan keputusan. Kemampuan manajerial yang semakin baik diharapkan mampu meningkatkan keberlanjutan usaha dalam jangka panjang karena setiap keputusan bisnis didasarkan pada perencanaan yang lebih terukur.



Gambar 3. Pelatihan Manajemen Usaha

Pelatihan Rekapitulasi Penjualan untuk Mendukung Administrasi Usaha

Selain peningkatan kapasitas produksi, tim PKM memberikan pelatihan kepada mitra mengenai pencatatan dan rekapitulasi penjualan sebagai bentuk penguatan administrasi usaha. Sebelum kegiatan dilaksanakan, mitra belum melakukan pencatatan penjualan secara teratur sehingga kesulitan mengetahui jumlah produk yang terjual maupun perkembangan omzet usaha. Setelah pelatihan, mitra telah mampu menyusun rekapitulasi penjualan harian dan bulanan secara lebih sistematis sehingga informasi penjualan dapat digunakan sebagai dasar evaluasi pemasaran dan perencanaan produksi.

Sebelum kegiatan dilaksanakan, seluruh transaksi penjualan hanya diingat oleh pemilik usaha tanpa didukung pencatatan yang sistematis. Kondisi tersebut menyebabkan mitra mengalami kesulitan ketika ingin mengetahui jumlah penjualan harian, produk yang paling diminati konsumen, maupun perkembangan omzet usaha dari waktu ke waktu. Setelah mengikuti pelatihan, mitra mulai menerapkan format rekapitulasi penjualan sederhana yang memuat tanggal transaksi, jenis produk, jumlah penjualan, harga jual, dan total penerimaan.



Gambar 4. Pelatihan Pencatatan Penjualan

Pendampingan Digital Marketing melalui Media Sosial dan E-Commerce

Pendampingan digital marketing dilakukan melalui pembuatan dan optimalisasi akun Instagram, TikTok, Shopee. Mitra diberikan pelatihan mengenai penyusunan konten promosi, pengelolaan katalog produk, pengunggahan produk pada marketplace, dan pemanfaatan website sebagai media informasi serta penjualan. Hasil kegiatan menunjukkan bahwa mitra telah mampu mengoperasikan platform digital tersebut sebagai media promosi sehingga jangkauan pemasaran menjadi lebih luas dan branding produk semakin meningkat.[16]

Pendampingan digital marketing dilakukan secara bertahap mulai dari pembuatan identitas digital usaha hingga optimalisasi konten promosi. Tim pengabdian membantu mitra dalam menyusun profil usaha yang menarik, membuat foto produk dengan tampilan yang lebih profesional, menyusun deskripsi produk yang informatif, serta menentukan kata kunci (*keywords*) yang relevan agar produk lebih mudah ditemukan oleh calon konsumen pada platform digital. Selain itu, mitra juga diberikan pemahaman mengenai pentingnya menjaga konsistensi unggahan konten sebagai upaya meningkatkan interaksi dengan pelanggan.

Penggunaan media sosial tidak hanya dimanfaatkan sebagai sarana promosi, tetapi juga sebagai media komunikasi dengan konsumen. Melalui Instagram dan TikTok, mitra dapat menampilkan proses produksi, memperkenalkan budaya Kopi Lelet Rembang, serta membangun kedekatan dengan pelanggan melalui konten edukatif dan promosi. Di sisi lain, pemanfaatan marketplace dan website e-commerce memberikan alternatif saluran penjualan yang lebih luas sehingga produk tidak hanya dipasarkan kepada konsumen lokal, tetapi juga memiliki peluang menjangkau pasar di luar Kabupaten Rembang.

[16] Salma Rahmi Ramadhani Putri and Yudas Tadius Andi Candra, "Pemanfaatan Teknologi Digital Dalam Strategi Marketing Dan Pendampingan Pencatatan Laporan Keuangan Sederhana Pada UMKM Roti Bakar Manies," *Akuntansi* 3, no. 4 (December 2024), https://doi.org/10.55606/akuntansi.v3i4.2873.



Gambar 5. Pelatihan Digital Marketing

Hasil pengabdian menunjukkan bahwa penerapan teknologi tepat guna memberikan dampak positif terhadap peningkatan efisiensi produksi UMKM JM Coffee. Penggunaan mesin roasting dan grinder mampu mengurangi ketergantungan pada proses manual sehingga waktu produksi menjadi lebih singkat dan kualitas hasil sangrai lebih konsisten. Pemanfaatan teknologi dalam UMKM mampu meningkatkan produktivitas dan efisiensi operasional. Penerapan teknologi digital dan teknologi produksi menjadi faktor penting dalam meningkatkan daya saing UMKM.

Pada aspek pemasaran, pendampingan digital marketing melalui Instagram, TikTok, Shopee, dan website e-commerce berhasil meningkatkan kemampuan mitra dalam memanfaatkan media digital sebagai sarana promosi dan penjualan produk. Keberadaan berbagai platform digital memungkinkan produk Kopi Lelet JM Coffee menjangkau konsumen yang lebih luas dibandingkan pemasaran konvensional. Digital marketing merupakan strategi efektif untuk meningkatkan daya saing dan memperluas akses pasar UMKM. Selain itu, pemanfaatan media sosial dan marketplace mampu meningkatkan visibilitas produk, memperkuat branding, serta mendorong peningkatan penjualan UMKM.[17] Tersedianya berbagai platform digital yang dimiliki mitra mencerminkan dimulainya proses transformasi digital pada UMKM. Keberadaan tersebut menandai terbentuknya identitas usaha di ranah digital (*digital presence*), yang menurut konsep pemasaran digital merupakan prasyarat penting untuk memperluas jangkauan pasar dan meningkatkan kinerja penjualan.[18]

Secara keseluruhan, hasil kegiatan menunjukkan bahwa integrasi antara penerapan teknologi tepat guna, pelatihan pembukuan sederhana, dan pendampingan digital marketing mampu meningkatkan kapasitas produksi, kemampuan manajerial, serta jangkauan pemasaran UMKM JM Coffee. Pendekatan yang terintegrasi ini tidak hanya menyelesaikan permasalahan teknis produksi, tetapi juga memperkuat tata kelola usaha dan transformasi digital sehingga mendukung peningkatan daya saing dan keberlanjutan usaha berbasis potensi lokal.

[17] Bahtiar et al., "Digital Transformation towards Sustainability."
[18] Prastyaningsih et al., "Optimalisasi Pemasaran Digital Pada UMKM Queen De Lemon Di Desa Cepoko, Kecamatan Ngrambe Ngawi."

Keberhasilan program pengabdian ini menunjukkan bahwa pengembangan UMKM tidak dapat hanya bertumpu pada satu aspek, misalnya peningkatan kapasitas produksi atau digitalisasi pemasaran saja. Seluruh komponen yang diberikan dalam kegiatan ini saling melengkapi dan membentuk sistem pengelolaan usaha yang lebih baik. Penerapan teknologi tepat guna meningkatkan efisiensi dan kualitas produksi, sedangkan pelatihan manajemen usaha membantu mitra dalam menyusun perencanaan bisnis yang lebih sistematis. Di sisi lain, pelatihan rekapitulasi penjualan memberikan dasar bagi pengelolaan administrasi usaha yang lebih tertib sehingga informasi penjualan dapat dimanfaatkan sebagai bahan evaluasi dan pengambilan keputusan.

Pendampingan digital marketing melalui media sosial, marketplace, dan website melengkapi upaya tersebut dengan membuka akses pasar yang lebih luas serta memperkuat identitas digital UMKM. Integrasi berbagai kegiatan tersebut diharapkan mampu meningkatkan keberlanjutan usaha karena mitra tidak hanya memperoleh tambahan peralatan, tetapi juga peningkatan kapasitas sumber daya manusia dan kemampuan adaptasi terhadap perkembangan teknologi. Dengan demikian, model pemberdayaan yang diterapkan dalam kegiatan ini dapat menjadi alternatif pendekatan bagi program pengabdian masyarakat lainnya yang berfokus pada penguatan daya saing UMKM berbasis potensi lokal.

Secara keseluruhan, program pengabdian ini menunjukkan bahwa pemberdayaan UMKM akan memberikan hasil yang lebih optimal apabila dilakukan melalui pendekatan yang terintegrasi. Bantuan teknologi tepat guna tanpa diikuti peningkatan kapasitas sumber daya manusia belum tentu mampu meningkatkan kinerja usaha secara berkelanjutan. Sebaliknya, pelatihan manajemen usaha dan digital marketing juga akan kurang optimal apabila kapasitas produksi mitra masih terbatas. Oleh karena itu, kombinasi antara penerapan teknologi tepat guna, penguatan administrasi usaha, peningkatan kompetensi manajerial, dan digitalisasi pemasaran menjadi strategi yang saling melengkapi dalam meningkatkan daya saing UMKM berbasis budaya lokal.

Selain capaian yang telah diperoleh, kegiatan pengabdian ini juga memberikan beberapa pelajaran penting bagi pelaksanaan program pemberdayaan UMKM pada masa mendatang. Keberhasilan implementasi program tidak hanya dipengaruhi oleh ketersediaan teknologi dan materi pelatihan, tetapi juga oleh komitmen mitra dalam menerapkan hasil pendampingan secara berkelanjutan. Oleh karena itu, proses pendampingan yang dilakukan secara bertahap menjadi faktor penting untuk memastikan bahwa setiap inovasi yang diperkenalkan benar-benar dapat diimplementasikan dalam kegiatan operasional sehari-hari. Pendekatan tersebut memberikan kesempatan kepada mitra untuk berdiskusi mengenai kendala yang dihadapi, memperoleh solusi yang sesuai dengan kondisi usaha, serta melakukan evaluasi terhadap hasil yang telah dicapai.

KESIMPULAN

Berdasarkan pelaksanaan kegiatan pengabdian kepada masyarakat, dapat disimpulkan bahwa penerapan teknologi tepat guna berupa mesin roasting dan mesin grinder merupakan solusi yang tepat untuk mendukung peningkatan efisiensi proses produksi dan kualitas produk UMKM JM Coffee. Penguatan

administrasi usaha melalui pelatihan pencatatan dan rekapitulasi penjualan mampu meningkatkan kemampuan mitra dalam mengelola informasi penjualan sebagai dasar pengambilan keputusan usaha. Selain itu, pendampingan digital marketing melalui Instagram, TikTok, Shopee, dan website e-commerce menjadi strategi yang efektif dalam memperluas jangkauan pemasaran, memperkuat branding produk, serta meningkatkan daya saing UMKM. Dengan demikian, integrasi teknologi tepat guna, penguatan administrasi usaha, dan transformasi pemasaran digital merupakan pendekatan yang relevan untuk mendukung pengembangan UMKM berbasis potensi lokal secara berkelanjutan. Program serupa perlu dilaksanakan secara berkesinambungan dengan pendampingan lanjutan agar adaptasi teknologi, pengelolaan usaha, dan pemasaran digital dapat terus berkembang sesuai dengan kebutuhan dan dinamika pasar.

Program ini menunjukkan bahwa peningkatan daya saing UMKM tidak dapat dicapai hanya melalui penyediaan teknologi, tetapi memerlukan penguatan kapasitas sumber daya manusia dan pendampingan yang berkelanjutan agar inovasi yang diperkenalkan dapat diterapkan secara optimal. Sinergi antara teknologi, manajemen usaha, administrasi, dan digitalisasi pemasaran menjadi faktor penting dalam mendukung keberlanjutan usaha serta meningkatkan kemampuan UMKM untuk beradaptasi dengan perkembangan teknologi dan kebutuhan pasar.

Ke depan, kegiatan pengabdian serupa diharapkan dapat dikembangkan melalui pendampingan yang lebih berkelanjutan, misalnya pada aspek pengelolaan keuangan yang lebih komprehensif, pengembangan inovasi produk, sertifikasi produk, optimalisasi strategi pemasaran digital berbasis analisis data, serta perluasan jejaring kemitraan dengan pemerintah daerah, perguruan tinggi, dan dunia usaha. Dengan demikian, model pemberdayaan yang diterapkan pada kegiatan ini diharapkan dapat menjadi contoh praktik baik (*best practice*) bagi pengembangan UMKM berbasis potensi lokal di berbagai daerah.

DAFTAR PUSTAKA

Arifin, Arifin, Moh. Khoirul Aziz, and Nurma Gupita Dewi. “Penguatan Legalitas Usaha Dan Pemanfaatan Digital Marketing Dalam Meningkatkan Daya Saing Umkm Di Kabupaten Rembang.” *Jurnal PengaMAS* 6, no. 1 (May 2023). https://doi.org/10.33387/pengamas.v6i1.4032.

Aryaningtyas, Aurilia Triani, Suwarti Suwarti, Gana Wuntu, Tiara Sanika Langsa Putriningsih, and Amelia Lufitta Putri. “Optimalisasi Produk Lokal Sebagai Daya Tarik Kampung Wisata Pakintelan Semarang.” *Jurnal Kajian Ilmiah* 25, no. 1 (January 2025). https://doi.org/10.31599/tda7rt51.

Ayuningtyas, F. N. “Pemberdayaan UMKM Melalui Digitalisasi Pemasaran Di Desa Bantarujeg Kabupaten Majalengka.” *JAMU: Jurnal Abdi Masyarakat UMUS* 5, no. 1 (n.d.).

Bahtiar, Habib, Lalu Rizal Rabbany, Yasinta Falentina Bele, Munadia Husna, and Gracia Selvi Matulessy. “Digital Transformation towards Sustainability: Challenges and Opportunities for Indonesian MSMEs.” *Jurnal Ekonomi Dan Bisnis* 28, no. 1 (May 2025). https://doi.org/10.24914/jeb.v28i1.13935.

Dewi, Nurma Gupita, Rizki Ridhasyah, and Tio Anta Wibawa. “Financial Access and MSMEs Performance during Pandemic COVID-19: The Moderating Role of Digitization.” *Journal of Developing Economies* 8, no. 1 (June 2023). https://doi.org/10.20473/jde.v8i1.36843.

Hersugondo, Hersugondo, Sugeng Wahyudi, Ahyar Yuniawan, and Idris Idris. "Penguatan Komoditi Unggulan Masyarakat: Pengembangan Produk Dan Pasar Kopi Lelet Rembang." *Jurnal Pengabdian Masyarakat Progresif Humanis Brainstorming* 5, no. 2 (May 2022). https://doi.org/10.30591/japhb.v5i2.2921.

Johanis Paransa, Rizki Pratama. "Optimalisasi Pertumbuhan Umkm Di Indonesia Melalui Pemasaran Digital." *Efisiensi : Kajian Ilmu Administrasi* 21, no. 2 (September 2024). https://doi.org/10.21831/efisiensi.v21i2.77042.

Kementerian Komunikasi dan Digital Republik Indonesia. *Siaran Pers No. 475/HM/KOMINFO/08/2024 Tentang Tahun 2024, Indonesia Targetkan 30 Juta Pelaku UMKM Adopsi Teknologi Digital*. 2024. https://www.komdigi.go.id/berita/pengumuman/detail/siaran-pers-no-475-hm-kominfo-08-2024-tentang-tahun-2024-indonesia-targetkan-30-juta-pelaku-umkm-adopsi-teknologi-digital.

Kotler, Philip, Kevin Lane Keller, and Alexander Chernev. *Marketing Management*. 2022.

Lady, Lady, and Ng Thian Way. "Strategi Optimalisasi Digital Marketing Pada UMKM Kinta Laundry." *Al-Khidma: Jurnal Pengabdian Masyarakat* 5, no. 1 (March 2025). https://doi.org/10.35931/ak.v5i1.4728.

Maulidina, Cindy Merni, and Lu'Lu Nafiati. "Penerapan Sistem Informasi Akuntansi, Digital Marketing Dan e-Commerce Untuk Meningkatkan Literasi Digitalisasi Dan Kinerja UMKM." *Jurnal Pembelajaran Pemberdayaan Masyarakat (JP2M)* 5, no. 1 (2024). https://doi.org/https://doi.org/10.33474/jp2m.v5i1.21506.

Nasri, Rifzaldi, Nur Aini Sunarti, and Adi Mansah. "Pendampingan Kewirausahaan Pada UKM Binaan Kopi Hallu Kedaung, Tangerang Selatan, Banten." *Prosiding Seminar Nasional Pengabdian Masyarakat LPPM UMJ*, n.d.

Prastyaningsih, Ika, Zalfa Nur Fadila, Dea Aghnia, and Ragheeba Sheema Sabria Fitri. "Optimalisasi Pemasaran Digital Pada UMKM Queen De Lemon Di Desa Cepoko, Kecamatan Ngrambe Ngawi." *Al-Khidma: Jurnal Pengabdian Masyarakat* 6, no. 3 (2026).

Salma Rahmi Ramadhani Putri and Yudas Tadius Andi Candra. "Pemanfaatan Teknologi Digital Dalam Strategi Marketing Dan Pendampingan Pencatatan Laporan Keuangan Sederhana Pada UMKM Roti Bakar Manies." *Akuntansi* 3, no. 4 (December 2024). https://doi.org/10.55606/akuntansi.v3i4.2873.

Tambunan, Tulus T. H. *UMKM Di Indonesia: Perkembangan, Kendala, Dan Tantangan*. Jakarta: Prenadamedia Group, 2021.