

## ***Development of Technology-Information-Based Businesses for Borokah Herbal Drink and UD Mela Jaya Fish Crackers in Nogosari Village, Pacet District, Mojokerto Regency***

**R. Dimas Adityo<sup>1)</sup>, Syafi'i<sup>2)</sup>, Julyantoro Ekantoro<sup>3)</sup>, Fernando Yunienda D.F <sup>4)</sup>, Bima Sanggraloka<sup>5)</sup>**

<sup>1,4,5</sup> Informatika, <sup>2</sup>Bisnis dan Ekonomi, <sup>3</sup>Ilmu Komunikasi Universitas Bhayangkara Surabaya  
<sup>1,2,3,4,5</sup>Jl. Ahmad Yani No.114, Ketintang, Kec. Gayungan, Surabaya, 60231

E-mail: dimas@ubhara.ac.id<sup>1)</sup>, syafii@ubhara.ac.id<sup>2)</sup>, Juliyan@ubhara.ac.id<sup>3)</sup>, Fernando@ubhara.ac.id<sup>4)</sup>,  
Bima@ubhara.ac.id<sup>5)</sup>

### **ABSTRACT**

*This community service project focuses on empowering two micro, small, and medium enterprises (MSMEs) in Nogosari Village, Pacet District, Mojokerto Regency: Jamu Herbal Barokah and UD Mela Jaya, a traditional fish cracker producer. Both enterprises face significant challenges in management and marketing, primarily due to limited financial literacy, lack of business administration systems, and minimal utilization of digital technology. The project aims to enhance their competitiveness and sustainability through the implementation of information technology-based solutions. These include the development of simple digital applications for financial recording and production management, as well as the adoption of digital marketing strategies using social media, marketplaces, and websites. Training and mentoring sessions are conducted to improve partners' capacity in business management, financial documentation, and digital branding. The program aligns with Indonesia's Asta Cita agenda and the Sustainable Development Goals (SDGs), particularly Goal 8—Decent Work and Economic Growth. Through the integration of information technology, the project promotes inclusive local economic growth, increases employment opportunities, and strengthens the independence of local entrepreneurs. Expected outcomes include improved business governance, wider market reach, and enhanced digital literacy among MSME actors, serving as a model for sustainable rural economic development based on local potential.*

**Keywords:** Information Technology, Digital Marketing, Community Empowerment, MSME Development, Rural Economy

## **Pengembangan Usaha Berbasis Teknologi Informasi Jamu Herbal Borokah dan Usaha Krupuk Ikan UD Mela Jaya di Desa Nogosari Kecamatan Pacet Kab. Mojokerto**

### **ABSTRAK**

Program pengabdian kepada masyarakat ini berfokus pada pemberdayaan dua pelaku Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah (UMKM) di Desa Nogosari, Kecamatan Pacet, Kabupaten Mojokerto, yaitu Jamu Herbal Barokah dan UD Mela Jaya sebagai produsen kerupuk ikan tradisional. Kedua mitra menghadapi tantangan utama dalam aspek manajemen dan pemasaran, seperti rendahnya literasi keuangan, belum adanya sistem administrasi usaha yang terstruktur, serta minimnya pemanfaatan teknologi digital. Kegiatan ini bertujuan meningkatkan daya saing dan keberlanjutan usaha melalui penerapan solusi berbasis teknologi informasi. Solusi tersebut mencakup pengembangan aplikasi digital sederhana untuk pencatatan keuangan dan manajemen produksi, serta penerapan strategi pemasaran digital melalui media sosial, marketplace, dan situs web. Pelatihan dan pendampingan dilakukan untuk meningkatkan kapasitas mitra dalam pengelolaan usaha, pencatatan keuangan, serta branding produk secara digital. Program ini sejalan dengan agenda Asta Cita dan Sustainable Development Goals (SDGs), khususnya tujuan ke-8 yaitu Pekerjaan Layak dan Pertumbuhan Ekonomi. Melalui integrasi teknologi informasi, program ini mendorong pertumbuhan ekonomi lokal yang inklusif, membuka lapangan kerja, serta memperkuat kemandirian pelaku UMKM desa. Hasil yang diharapkan meliputi peningkatan tata kelola usaha, perluasan jangkauan pasar, dan literasi digital yang lebih baik bagi pelaku UMKM, sehingga dapat menjadi model pemberdayaan ekonomi desa berkelanjutan berbasis potensi lokal.

**Kata Kunci:** Teknologi Informasi, Pemasaran Digital, Pemberdayaan Masyarakat, Pengembangan UMKM, Ekonomi Desa

## 1. PENDAHULUAN

Desa Nogosari yang terletak di Kecamatan Pacet, Kabupaten Mojokerto, adalah salah satu wilayah yang memiliki potensi ekonomi dan pariwisata yang cukup besar di Provinsi Jawa Timur. Potensi tersebut terlihat dari kehadiran berbagai tempat wisata alam yang menawarkan pemandangan indah dan daya tarik bagi para pengunjung (Agsaeni, 2024). Beberapa tempat wisata yang cukup terkenal di antaranya adalah Hutan Pinus Puthuk Panggang Welut, Coban Watu Gedek, dan kawasan rekreasi Bernah De Vallei. Ketiga tempat tersebut tidak hanya menawarkan pemandangan alam yang menakjubkan, tetapi juga dilengkapi berbagai fasilitas pendukung yang mampu menarik perhatian pengunjung dari berbagai daerah.

Selain pariwisata, Desa Nogosari juga memiliki peluang pengembangan ekonomi lokal melalui berbagai kegiatan usaha masyarakat, seperti kerajinan tangan, makanan khas daerah, serta produk hasil pertanian dan perkebunan (Ulnang dkk., 2025).

Kombinasi antara potensi pariwisata dan kegiatan ekonomi masyarakat menjadikan Desa Nogosari sebagai wilayah yang memiliki peluang berkembang menjadi kawasan wisata yang berbasis pemberdayaan masyarakat dan menjaga keberlanjutan lingkungan (Devi & Rahaju, 2025). Dengan pengelolaan yang tepat, desa ini dapat berperan lebih besar dalam mendukung pertumbuhan ekonomi daerah dan meningkatkan kesejahteraan masyarakat setempat. Kondisi ini secara tidak langsung menciptakan peluang ekonomi baru bagi masyarakat sekitar, terutama melalui kegiatan Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah (UMKM) (Chatra dkk., 2025). Dua di antara pelaku usaha potensial di desa ini adalah Jamu Herbal Barokah dan UD Mela Jaya yang memproduksi kerupuk ikan tradisional.

Kedua UMKM tersebut memiliki karakteristik produk lokal yang khas dan berpotensi untuk berkembang lebih luas di pasar regional maupun nasional (Meilani dkk., 2025). Namun, dalam praktiknya, pengelolaan usaha masih dilakukan secara tradisional, baik dari sisi manajemen maupun pemasaran. Keterbatasan pengetahuan tentang manajemen modern, minimnya pencatatan keuangan, serta kurangnya pemanfaatan teknologi informasi menyebabkan produktivitas dan daya saing usaha menjadi rendah (Novitasari dkk., 2025). Oleh karena itu, dibutuhkan intervensi berbasis teknologi dan pendampingan berkelanjutan untuk membantu mitra dalam meningkatkan efisiensi usaha serta memperluas jangkauan pasar (Millanyani dkk., 2024).

Berdasarkan hasil observasi dan diskusi dengan mitra, ditemukan beberapa masalah utama yang menghambat perkembangan usaha di beberapa aspek. Ada di aspek manajemen yaitu tidak adanya sistem pencatatan keuangan yang terstruktur dan transparan, kapasitas produksi terbatas karena proses masih manual, rendahnya pemahaman terhadap legalitas usaha (izin BPOM, PIRT, dan sertifikasi halal), minimnya akses terhadap pembiayaan karena tidak memiliki laporan keuangan

formal (Julita dkk., 2025). Kemudian ada dari aspek pemasaran yakni branding produk masih lemah dan kemasan kurang menarik, promosi masih dilakukan secara konvensional tanpa strategi digital, produk hanya dikenal di pasar lokal dan belum menjangkau konsumen yang lebih luas, kurangnya edukasi konsumen tentang manfaat produk herbal dan gizi ikan lokal.

Berbagai penelitian dan program pengabdian sebelumnya telah menunjukkan pentingnya penerapan teknologi informasi dalam penguatan kapasitas UMKM. Beberapa studi menerapkan sistem pencatatan berbasis *mobile apps* untuk efisiensi transaksi dan pengendalian stok, sementara penelitian lain menyoroti efektivitas pemasaran digital melalui media sosial dan *marketplace* untuk meningkatkan visibilitas produk lokal (Man dkk., 2025).

Namun, sebagian besar implementasi yang ada masih bersifat umum dan belum disesuaikan dengan konteks

UMKM pedesaan yang memiliki keterbatasan sumber daya manusia (Paroli, 2025). Oleh karena itu, diperlukan model pendampingan yang tidak hanya memperkenalkan teknologi, tetapi juga membangun literasi digital, pelatihan praktis, dan sistem manajemen sederhana yang dapat diadaptasi secara mandiri oleh pelaku usaha desa (Nining Latianingsih dkk., 2025).

Kebaruan dalam program ini terletak pada integrasi pendampingan manajerial berbasis teknologi informasi sederhana dengan penguatan pemasaran digital yang disesuaikan dengan kapasitas mitra di lingkungan pedesaan. Alih-alih menggunakan sistem kompleks, program ini mengadopsi pendekatan *low-cost technology* seperti *Google Form/Sheet*, aplikasi berbasis Android sederhana, dan *marketplace integration* untuk memperkenalkan digitalisasi secara bertahap (Pinandhita & Susanto, 2025).

Selain itu, pengembangan dilakukan secara partisipatif dengan melibatkan mitra pada setiap tahapan kegiatan, mulai dari proses perancangan, pelatihan teknis, hingga evaluasi hasil akhir. Pelibatan ini memastikan bahwa setiap keputusan dan penyesuaian yang dibuat selaras dengan kebutuhan riil, kapasitas, serta konteks operasional mitra di lapangan (Djafar & AP, 2024). Model pengembangan partisipatif tersebut tidak hanya menghasilkan solusi yang relevan dan mudah diimplementasikan, tetapi juga meningkatkan rasa memiliki (*sense of ownership*) dari mitra terhadap teknologi atau sistem yang dihasilkan (Azizah dkk., 2025).

Pendekatan ini sekaligus memperkuat aspek keberlanjutan program, karena melalui proses pendampingan yang intensif, mitra memperoleh pemahaman menyeluruh mengenai cara kerja sistem, prosedur perawatan, serta langkah pemecahan masalah dasar (Jamasy dkk., 2025). Dengan demikian, setelah program pengabdian berakhir, mitra diharapkan mampu mengelola dan mengoperasikan sistem secara mandiri tanpa ketergantungan berlebihan pada tim pengabdian. Kemandirian ini penting untuk memastikan bahwa inovasi



yang diterapkan dapat terus berfungsi optimal dalam jangka panjang dan memberikan manfaat nyata bagi peningkatan produktivitas maupun efisiensi kerja mitra (Zunaidi, 2024).

## 2. RUANG LINGKUP

Ruang lingkup Pengabdian ini difokuskan pada upaya pengembangan usaha berbasis teknologi informasi bagi dua pelaku Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah (UMKM) di Desa Nogosari, Kecamatan Pacet, Kabupaten Mojokerto, yaitu Jamu Herbal Barokah dan UD Mela Jaya sebagai produsen kerupuk ikan. Pengabdian ini dirancang untuk memberikan solusi terhadap permasalahan utama yang dihadapi mitra, yaitu keterbatasan dalam aspek manajemen usaha dan pemasaran digital. Fokus kegiatan diarahkan pada penguatan kapasitas pelaku usaha melalui penerapan sistem digital sederhana yang mendukung efisiensi produksi, transparansi manajemen, serta perluasan jangkauan pemasaran berbasis media digital.

Secara umum, cakupan permasalahan dalam pengabdian ini mencakup dua aspek utama. Pertama, pada aspek manajemen usaha, mitra mengalami kendala dalam pencatatan keuangan, pengelolaan produksi, dan pemahaman terhadap legalitas usaha seperti izin edar dan sertifikasi halal. Pengelolaan usaha masih bersifat tradisional tanpa sistem yang terstruktur, sehingga sulit untuk melakukan evaluasi maupun perencanaan jangka panjang. Kedua, pada aspek pemasaran, produk mitra belum memiliki identitas merek yang kuat dan masih mengandalkan promosi konvensional. Pemanfaatan media sosial, marketplace, dan website belum optimal, sehingga produk hanya dikenal di pasar lokal dan belum mampu bersaing dengan produk sejenis yang lebih modern.

Untuk menjaga fokus pengabdian, kegiatan ini memiliki beberapa batasan tertentu. Pengabdian hanya difokuskan di wilayah Desa Nogosari, Kecamatan Pacet, Kabupaten Mojokerto, dengan dua UMKM sebagai subjek utama. Solusi teknologi yang diterapkan dibatasi pada penggunaan perangkat digital sederhana dan terjangkau, seperti aplikasi berbasis Android, *Google Form/Sheet*, serta pemanfaatan *marketplace* dan media sosial. Pengabdian ini tidak mencakup pengembangan sistem berskala besar atau analisis bisnis komprehensif, melainkan berfokus pada penguatan kapasitas manajerial dan digitalisasi proses usaha di tingkat mikro. Selain itu, kegiatan ini tidak membahas aspek hukum mendalam atau perluasan pasar internasional, melainkan berorientasi pada peningkatan kesiapan digital dan kemandirian UMKM lokal.

Rencana hasil yang ingin dicapai dari pengabdian ini meliputi dua kategori utama, yaitu hasil teknis (*outputs*) dan hasil non-teknis (*outcomes*). Dari sisi teknis, pengabdian ini diharapkan menghasilkan aplikasi sederhana untuk pencatatan keuangan dan monitoring produksi, sistem pemasaran digital melalui media sosial dan marketplace, serta panduan praktis penggunaan teknologi informasi bagi mitra. Selain itu, akan dihasilkan

pula publikasi ilmiah yang mendokumentasikan proses dan hasil penerapan teknologi dalam pemberdayaan UMKM pedesaan.

Sementara itu, dari sisi non-teknis, pengabdian ini diharapkan dapat meningkatkan kemampuan manajerial dan literasi digital para pelaku usaha, membentuk pola pencatatan keuangan yang sistematis, serta memperluas jaringan pemasaran produk lokal. Lebih jauh, kegiatan ini diharapkan dapat menjadi model pemberdayaan masyarakat berbasis teknologi informasi yang dapat diterapkan pada desa lain dengan karakteristik serupa.

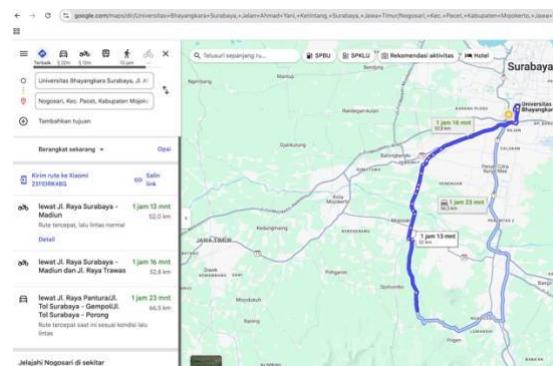
Dengan ruang lingkup tersebut, pengabdian ini tidak hanya bertujuan untuk menyelesaikan masalah spesifik yang dihadapi oleh mitra, tetapi juga memberikan kontribusi nyata terhadap peningkatan daya saing, efisiensi operasional, dan kemandirian ekonomi masyarakat pedesaan melalui pemanfaatan teknologi informasi secara berkelanjutan.

## 3. BAHAN DAN METODE

Bahan dan metode dalam penelitian ini sebagai berikut :

### 3.1 Lokasi dan Subjek Pengabdian

Pengabdian ini dilaksanakan di Desa Nogosari, Kecamatan Pacet, Kabupaten Mojokerto, Provinsi Jawa Timur. Desa ini dipilih karena memiliki potensi ekonomi kreatif yang tinggi namun belum didukung dengan pemanfaatan teknologi informasi secara optimal. Subjek pengabdian adalah dua pelaku Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah (UMKM), yaitu Jamu Herbal Barokah dan UD Mela Jaya, yang bergerak di bidang produksi jamu herbal tradisional dan kerupuk ikan. Lokasi pengabdian ditunjukkan pada gambar 1 berikut.



Gambar 1. Lokasi Pelaksanaan Kegiatan

Figure 1. Location implementation stage

Pemilihan mitra dilakukan berdasarkan hasil observasi awal yang menunjukkan permasalahan serupa dalam hal manajemen usaha dan pemasaran pada gambar 1. Kegiatan ini melibatkan dosen dan mahasiswa lintas bidang dari Universitas Bhayangkara Surabaya, meliputi program studi Teknik Informatika, Akuntansi, dan Ilmu Komunikasi, yang berperan sebagai tim pelaksana dalam pendampingan dan implementasi teknologi digital.

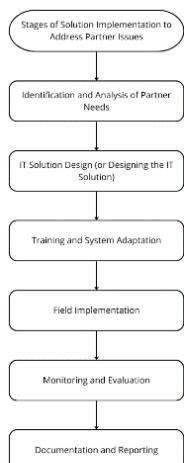
### 3.2 Bahan Pengabdian

Bahan pengabdian terdiri atas data primer dan data sekunder. Data primer diperoleh melalui observasi lapangan, wawancara langsung dengan pelaku usaha, dan dokumentasi proses produksi serta kegiatan pemasaran (Sugiyono, 2020). Data sekunder diperoleh dari literatur, jurnal ilmiah, dan laporan resmi terkait pemberdayaan UMKM berbasis teknologi informasi serta kebijakan ekonomi kreatif nasional.

Peralatan pendukung pengabdian meliputi laptop, smartphone Android, serta perangkat lunak seperti *Google Workspace* (*Form*, *Sheet*, *Drive*) untuk pencatatan data. Selain itu, digunakan pula aplikasi pencatatan keuangan berbasis android dan web yang dikembangkan menggunakan flutter, framework CodeIgniter dan basis data MySQL.

### 3.3 Metode Pengabdian

Pengabdian ini menggunakan pendekatan deskriptif kualitatif dengan metode Participatory Action Research (PAR).



Gambar 2. Tahap Pelaksanaan Kegiatan

Figure 2. activity implementation stage

Metode ini menekankan keterlibatan aktif mitra dalam setiap tahap kegiatan, mulai dari identifikasi masalah, perancangan solusi, implementasi, hingga evaluasi hasil. Tahapan pelaksanaan pengabdian ditunjukkan pada Gambar 2.

### 3.4 Tahapan Pelaksanaan

Tahapan-tahapan dalam pelaksanaannya sebagai berikut :

1. Analisis Situasi dan Identifikasi Permasalahan



Gambar 3. Wawancara dengan mitra

Figure 3. interviews with partners

Tahap awal kegiatan diawali dengan observasi lapangan dan wawancara terhadap kedua mitra untuk mengidentifikasi permasalahan utama. Hasil identifikasi menunjukkan bahwa sistem pencatatan keuangan masih dilakukan secara manual, belum ada sistem administrasi terintegrasi, serta promosi masih dilakukan secara konvensional. Wawancara dengan mitra ditunjukan pada gambar 3 berikut.

Selain itu, hasil wawancara juga mengungkap bahwa rendahnya pemahaman konsumen menjadi salah satu faktor yang menghambat penjualan. Banyak konsumen belum mengetahui manfaat jamu herbal maupun keunggulan krupuk ikan lokal dibandingkan produk sejenis. Minimnya edukasi menyebabkan munculnya anggapan bahwa jamu merupakan “obat tradisional” yang kurang efektif, padahal apabila dikemas dengan informasi yang menarik, produk ini memiliki potensi pasar yang besar.



Gambar 4. Foto Produk Jamu Barokah dan Krupuk Ikan UD.Mela Jaya.

Figure 4. Product Photos of Barokah Herbal Medicine and Fish Crackers from UD. Mela Jaya

Hal serupa terjadi pada krupuk ikan yang belum dipromosikan dari sisi kandungan gizi dan nilai tambahnya. Produk Hasil UMKM Jamu Barokah dan Krupuk Ikan UD. Mela Jaya ditunjukan pada gambar 4.

2. Perancangan Solusi Teknologi Informasi Berdasarkan hasil identifikasi tersebut, tim pengabdian merancang solusi berbasis teknologi informasi sederhana dan terjangkau untuk membantu mitra dalam pencatatan keuangan dan pemasaran digital. Solusi ini mencakup pengembangan aplikasi berbasis web dan android, pembuatan website profil usaha, serta pelatihan penggunaan media sosial dan marketplace sebagai sarana promosi (Iqbal, 2020).



### 3. Pelatihan dan Pendampingan Mitra



**Gambar 5. Pemberian smartphone dan printer serta pelatihan aplikasi pencatatan transaksi**

*Figure 5. Provision of smartphones and printers as well as training in transaction recording applications*

Mitra diberikan pelatihan secara langsung dengan metode *learning by doing* untuk memastikan mereka memahami fungsi dan penggunaan teknologi yang diterapkan. Pelatihan mencakup pengoperasian aplikasi, pencatatan transaksi. Selama masa implementasi, dilakukan pendampingan intensif agar mitra mampu mengadaptasi sistem secara mandiri. Hasil pelatihan penggunaan aplikasi pencatatan transaksi ditunjukkan pada gambar 5.

Selain itu juga dilakukan strategi pemasaran digital untuk memperluas jangkauan promosi dan meningkatkan visibilitas produk mitra. Strategi ini mencakup pembuatan konten yang informatif dan menarik mengenai manfaat jamu herbal serta keunggulan krupuk ikan lokal, kemudian dipublikasikan melalui media sosial dan platform pemasaran online.



**Gambar 6. Sosialisasi digital marketing.**

*Figure 6. Digital marketing outreach.*

Melalui pendekatan digital ini, diharapkan informasi mengenai kualitas, manfaat, dan nilai tambah produk dapat tersampaikan secara lebih efektif kepada konsumen, sehingga mampu membangun persepsi positif dan mendorong peningkatan penjualan. Kegiatan Sosialisasi digital marketing ditunjukkan pada gambar 6 .

### 4. Monitoring dan Evaluasi

Evaluasi dilakukan secara kualitatif dengan membandingkan kondisi mitra sebelum dan sesudah pelaksanaan kegiatan. Aspek yang dievaluasi meliputi

kemampuan manajerial, keterampilan digital, efektivitas pencatatan keuangan, dan peningkatan jangkauan pemasaran.

## 4. PEMBAHASAN

Pembahasan dalam penelitian ini mencakup hasil :

### 4.1 Hasil Kegiatan Pengabdian



**Gambar 7. Foto dengan mitra**

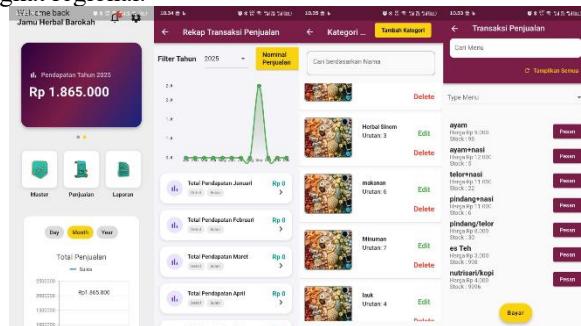
*Figure 7. photo with partner*

Kegiatan pengabdian kepada masyarakat ini berhasil dilaksanakan melalui beberapa tahapan yang meliputi identifikasi permasalahan, perancangan solusi, pelatihan, implementasi, serta evaluasi hasil. Mitra yang terlibat menunjukkan peningkatan kemampuan manajerial dan literasi digital setelah memperoleh pelatihan intensif dan pendampingan selama kegiatan berlangsung. Foto bersama dengan mitra dan masyarakat pelaku umkm di sekitar nogosari ditunjukkan pada gambar 7.

Hasil utama dari kegiatan ini mencakup dua komponen utama, yaitu:

Penerapan sistem pencatatan keuangan berbasis web, yang memungkinkan mitra melakukan pencatatan transaksi, pelaporan pendapatan, serta evaluasi keuangan dengan lebih cepat dan akurat.

Digitalisasi pemasaran produk melalui media sosial dan *marketplace*, yang membuka akses mitra ke pasar yang lebih luas dan meningkatkan daya saing produk di tingkat regional.



**Gambar 8. Aplikasi Pencatatan Transaksi Penjualan**

*Figure 8. Sales Transaction Recording Application*

Hasil implementasi sistem digital dapat dilihat pada Gambar 8. Setelah pelatihan, mitra Jamu Herbal Barokah dan UD Mela Jaya mulai menggunakan sistem pencatatan berbasis web dan android untuk mencatat transaksi harian

dan laporan keuangan bulanan. Sistem ini dirancang sederhana dengan menu utama meliputi data transaksi, laporan keuangan, dan rekapitulasi penjualan. Dengan penerapan sistem tersebut, mitra tidak lagi mencatat keuangan secara manual dan dapat melakukan evaluasi keuntungan dengan lebih mudah.

#### 4.2 Analisis Dampak Sosial dan Ekonomi

Kegiatan pengabdian ini tidak hanya memberikan manfaat teknis, tetapi juga berdampak pada aspek sosial dan ekonomi masyarakat sekitar. Peningkatan produktivitas usaha berdampak pada bertambahnya kebutuhan tenaga kerja lokal, khususnya pada bagian pengemasan dan distribusi. Dengan demikian, kegiatan ini turut mendukung tujuan pembangunan berkelanjutan (*Sustainable Development Goals*) poin 8, yaitu Pekerjaan Layak dan Pertumbuhan Ekonomi (Chepusov, 2021).

Selain itu, kegiatan ini menumbuhkan kesadaran baru di kalangan pelaku UMKM desa tentang pentingnya digitalisasi dan inovasi dalam menjaga keberlangsungan usaha di era industri 4.0. Pendekatan kolaboratif yang diterapkan terbukti efektif dalam mendorong transformasi digital di tingkat akar rumput.

#### 4.3 Pembahasan Hasil dan Keterkaitan dengan Literatur

Hasil kegiatan ini sejalan dengan penelitian yang menyatakan bahwa penerapan sistem digital sederhana dapat meningkatkan efisiensi administrasi dan daya saing UMKM. Selain itu, Prasetyo (2025) juga menegaskan bahwa pelatihan dan pendampingan berkelanjutan menjadi faktor kunci keberhasilan transformasi digital pada usaha kecil di pedesaan.

Dalam konteks pengabdian ini, penerapan teknologi informasi bukan hanya sebagai alat bantu administratif, tetapi juga sebagai strategi pemberdayaan masyarakat. Mitra yang sebelumnya belum memahami penggunaan aplikasi digital kini dapat menjalankan operasional usaha secara mandiri. Hal ini menunjukkan bahwa literasi digital memiliki peran penting dalam meningkatkan kemandirian dan keberlanjutan usaha masyarakat desa.

Dengan demikian, kegiatan pengabdian ini berhasil memberikan kontribusi nyata dalam meningkatkan efisiensi manajemen usaha, memperluas jangkauan pemasaran, dan memperkuat kapasitas digital pelaku UMKM lokal. Keberhasilan ini dapat menjadi model replikasi bagi pengembangan UMKM berbasis teknologi di desa-desa lain yang memiliki karakteristik serupa.

### 5. KESIMPULAN

Kegiatan pengabdian kepada masyarakat di Desa Nogosari, Kecamatan Pacet, Kabupaten Mojokerto, yang bekerja sama dengan Jamu Herbal Barokah dan UD Mela Jaya, telah mencapai tujuan utamanya, yaitu meningkatkan kemampuan manajerial, pemahaman tentang dunia digital, dan kompetensi usaha melalui penggunaan teknologi informasi yang sederhana. Sistem pencatatan keuangan berbasis web yang diterapkan

berhasil menggantikan cara manual yang dulu digunakan oleh mitra, sehingga proses pembukuan, administrasi, dan penyusunan laporan keuangan menjadi lebih cepat, terorganisir, jelas, serta mudah dianalisis. Selain itu, pelatihan pemasaran digital dengan memanfaatkan marketplace dan media sosial juga memberikan dampak positif dalam memperluas pasar dan meningkatkan ketenaran produk usaha mikro kecil menengah (UMKM).

Kegiatan ini juga memiliki dampak sosial yang nyata, seperti terbukanya peluang kerja baru, meningkatnya peran masyarakat dalam kegiatan ekonomi digital, serta munculnya kesadaran akan pentingnya mengadopsi transformasi digital untuk pengembangan usaha kecil di tengah persaingan saat ini.

Hasil yang dicapai memperkuat bahwa pemberdayaan dengan bantuan teknologi merupakan strategi yang efektif dalam mendukung Tujuan Pembangunan Berkelanjutan (SDGs), terutama poin ke-8 yang membahas soal pekerjaan yang layak dan pertumbuhan ekonomi.

Secara keseluruhan, kegiatan ini tidak hanya memberikan manfaat langsung bagi kedua mitra, tetapi juga menciptakan model pemberdayaan UMKM yang didasarkan pada teknologi informasi, mudah diterapkan, efisien, dan memiliki potensi untuk dikembangkan di desa-desa lain yang memiliki latar belakang serupa.

### 6. SARAN

Agar keberhasilan kegiatan pengabdian ini dapat berlanjut dan memberikan dampak yang lebih luas, mitra UMKM diharapkan untuk terus memanfaatkan serta mengembangkan sistem digital yang telah diterapkan, termasuk memperbarui data keuangan dan mengoptimalkan pemasaran digital secara konsisten. Pemerintah daerah juga perlu memberikan pendampingan lanjutan melalui program pelatihan digitalisasi UMKM desa serta menyediakan dukungan sarana dan akses permodalan guna memperkuat transformasi teknologi di sektor ekonomi lokal. Selain itu, perguruan tinggi disarankan menjadikan hasil kegiatan ini sebagai dasar penelitian lanjutan mengenai keberlanjutan sistem digital UMKM pedesaan, literasi keuangan digital, dan integrasi e-commerce. Masyarakat umum serta pelaku UMKM lainnya diharapkan dapat menjadikan kegiatan ini sebagai inspirasi untuk memanfaatkan teknologi informasi dalam meningkatkan produktivitas, memperluas pasar, dan memperkuat ketahanan ekonomi keluarga. Melalui kolaborasi berkelanjutan antara akademisi, pemerintah, dan masyarakat, diharapkan akan terbentuk ekosistem UMKM digital yang tangguh, inovatif, dan berdaya saing tinggi.

### 7. REFERENSI

- Agsaeni, R. W. (2024). Persepsi Masyarakat Terhadap Daya Tarik Wisata Alam Kebun Raya Jompie Sebagai Destinasi Wisata Alam. IAIN Parepare.
- Azizah, S., Pt, S., Sos, M., & Commun, M. (2025). Pengembangan Masyarakat. Pengembangan Masyarakat Berbasis Digital, 54.



- Chatra, A., Dirna, F. C., Alhakim, R., Pujiriyani, D. W., Rosardi, R. G., Maulinda, I., Octaviani, T., Efitra, E., Hudang, A. K., & Latif, E. A. (2025). Potensi Dan Sektor Unggulan Ekonomi Desa. PT. Star Digital Publishing, Yogyakarta-Indonesia.
- Chepusov, A. G. (2021). Sustainable Development Goals in 2020. *RUDN Journal of Public Administration*, 8(4), 386–394.
- Devi, S. S., & Rahaju, T. (2025). Pengembangan Desa Wisata Berbasis Pemberdayaan Masyarakat di Desa Wisata Simathani Marurup Kabupaten Tulungagung. *Jurnal Hukum, Administrasi Publik Dan Negara*, 2(3), 24–51.
- Djafar, F., & AP, S. (2024). Aspirasi Publik dan Kapasitas Lembaga dalam Perencanaan Pembangunan. MEGA PRESS NUSANTARA.
- Iqbal, F. N. (2020). Fundamental Concepts Of Software.
- Jamasy, O., Pranoto, Y., & Yasin, A. P. (2025). Konsep Dan Model Pendampingan Berkelanjutan Untuk Organisasi Berbasis Masyarakat. PT KIMHSIFI ALUNG CIPTA.
- Julita, J., Iznillah, M. L., Andini, F. K., Ningrum, D. S., Gusnawati, R. A., & Azzahra, F. (2025). Penguatan Kapasitas Produksi Dan Manajemen Usaha Berbasis Komunitas Melalui Pemberdayaan Kelompok Usaha Bersama. *Jurnal Abdi Insani*, 12(8), 3723–3735.
- Man, S., Harto, B., Judijanto, L., Kusumastuti, S. Y., Kurniati, Y., Meta, W., Chaniago, N., Ramadhani, N., & Toii, I. E. W. (2025). Entrepreneurship di Era Digital. PT. Sonpedia Publishing Indonesia.
- Meilani, A. N., Nugraha, H. A., Pane, S. N., Maulidia, I., & Tambunan, A. K. (2025). Peran UMKM Jasa Dalam Mendorong Pertumbuhan Ekonomi Lokal. *PENG: Jurnal Ekonomi Dan Manajemen*, 2(2), 2672–2678.
- Millanyani, H., Andiani, L., Rusdinar, A., Tritoasmoro, I. I., Prabowo, F. S. A., & Rudawan, R. A. (2024). Pendampingan Berkelanjutan untuk Keberlanjutan IRT-UM: Sinergi Inovasi, Teknologi, dan Manajemen. *Jurnal Pengabdian Masyarakat Akademisi*, 3(4), 204–213.
- Nining Latianingsih, S. H., Mariam, I., Pratama, A. P., BOM, M. A. B., Chandra, Y. E. N., & SAB, M. S. (2025). Desa Wisata Digital: Inovasi, Pemberdayaan, dan Masa Depan Berkelanjutan. PT Penerbit Qriset Indonesia.
- Novitasari, S., Roshadi, N. Z., & Ayuningtiyas, T. D. (2025). Peran Sistem Informasi Manajemen dalam Mendorong Efisiensi Kegiatan Operasional pada UMKM di Indonesia. *JIMBIEN: Jurnal Mahasiswa Manajemen, Bisnis, Entrepreneurship*, 4(1), 48–61.
- Paroli, P. (2025). Optimalisasi Kompetensi Manajemen SDM bagi Pelaku Usaha Desa Rancasalak untuk Meningkatkan Daya Saing Lokal. *Jurnal Pengabdian Kepada Masyarakat Nusantara*, 6(1), 971–979.
- Pinandhita, F., & Susanto, D. A. (2025). PKM Pelatihan How to Start Business in Digital Era Bagi Pelaku Bisnis di Madiun. *INDONESIAN JOURNAL OF EMPOWERMENT, SERVICE, AND TRAINING*, 1(2), 168–179.
- Prasetyo, E., Gitaurus, K. M., Cahyono, B. S., Fiyana, M. K., Khasanah, S. N., Malik, M. A., Syafa'at, A. A., Firdaus, I. I., Sofia, L., & Widiawan, J. (2025). Optimalisasi Teknologi Digital untuk Mendukung Daya Saing UMKM di Era Transformasi Digital. *Jurnal Pengabdian Kepada Masyarakat Desa (JPMD)*, 6(2), 538–552.
- Sugiyono, S. (2020). Metode penelitian kuantitatif, kualitatif, R&D. *Bandung: Alfabeta*, 1(11).
- Ulnang, V. K., Tameno, N., & Bolang, R. T. C. (2025). Pengembangan Usaha Ekonomi Kreatif Berkelanjutan Untuk Meningkatkan Pendapatan Masyarakat Di Daerah Objek Wisata Alam Fatumnasi Kabupaten Timor Tengah Selatan. *GLORY Jurnal Ekonomi Dan Ilmu Sosial*, 6(4), 1169–1180.
- Zunaidi, A. (2024). Metodologi Pengabdian Kepada Masyarakat Pendekatan Praktis untuk Memberdayakan Komunitas. Yayasan Putra Adi Dharma.