

PENDAMPINGAN UMKM KULINER DALAM OPTIMALISASI IDENTITAS VISUAL DAN STRATEGI PEMASARAN DIGITAL DI PULEWULUNG, TURI, SLEMAN, YOGYAKARTA

Naning Margasari¹, Bintang Lazuardi Benteng Buana Muslim^{*2}, Musaroh³,

Nindya Nuriswati Laili⁴, Tsania Ayu Rohani⁵

Afiliasi: ^{1,2,3,4,5}Universitas Negeri Yogyakarta

Korespondensi Penulis: ²*bintanglazuardi@uny.ac.id

ABSTRAK

Pengabdian Kepada Masyarakat bertujuan memberdayakan pelaku UMKM Sentra Kuliner di Desa Pulewulung, Sleman, Yogyakarta, yang memiliki potensi besar dalam pertanian salak pondoh namun menghadapi tantangan dalam penyerapan hasil panen, pengembangan usaha, dan pemasaran. Salah satu hambatan utama adalah keterbatasan penggunaan pemasaran digital yang menghalangi pengembangan produk lokal. Kegiatan ini sejalan dengan target Sustainable Development Goals, khususnya pengentasan kemiskinan (SDG 1) dan kesetaraan gender (SDG 5). Industri bakpia salak di desa ini berpotensi menjadi lapangan kerja inklusif, terutama bagi perempuan. PKM dilakukan melalui pelatihan, sosialisasi, dan praktik langsung mengenai pemasaran digital serta pencatatan keuangan digital. Materi mencakup pembuatan dan pengenalan akun e-commerce (Shopee, TikTok), sistem pencatatan keuangan digital (SI APIK, Buku Warung), teknik foto produk dengan photo box, pembuatan poster menarik, dan video pemasaran menggunakan teknologi Artificial Intelligence (AI). Kegiatan dihadiri 35 peserta, mayoritas ibu rumah tangga dan pemuda, pada 13 September 2025, dengan antusiasme tinggi. Hasil kegiatan berupa poster produk, photo box, buku panduan, konten video, akun e-commerce, dan pencatatan keuangan digital yang dibuat langsung oleh peserta. Indikator keberhasilan menunjukkan peningkatan pengetahuan dan keterampilan, diharapkan mampu memperluas pasar, meningkatkan penjualan, mengelola keuangan lebih efisien, dan berkontribusi pada kesejahteraan serta pembangunan berkelanjutan desa.

Kata kunci: *UMKM, SDGs, Pemasaran Digital*

ABSTRACT

Community Service aims to empower MSME actors in the Culinary Center in Pulewulung Village, Sleman, Yogyakarta, which has great potential in salak pondoh farming but faces challenges in crop absorption, business development, and marketing. One of the main obstacles is the limited use of digital marketing, which hinders the development of local products. This activity is in line with the Sustainable Development Goals, particularly poverty alleviation (SDG 1) and gender equality (SDG 5). The salak bakpia industry in this village has the potential to become an inclusive workplace, especially for women. PKM is carried out through training, socialization, and direct practice in digital marketing and digital financial recording. The material covered the creation and introduction of e-commerce accounts (Shopee, TikTok), digital financial recording systems (SI APIK, Buku Warung), product photography techniques using a photo box, creating attractive posters, and marketing videos using Artificial Intelligence (AI) technology. The activity was attended by 35 participants, mostly housewives and young people, on September 13, 2025, with high enthusiasm. The results of the activities include product posters, photo boxes, guidebooks, video content, e-commerce accounts, and digital financial records created directly by the participants. Success indicators show

an increase in knowledge and skills, which are expected to expand the market, increase sales, manage finances more efficiently, and contribute to the welfare and sustainable development of the village.

Keywords: MSMEs, SDGs, Digital Marketing

Informasi Artikel: Submit: 12-01-2026 Revisi: 25-02-2026 Diterima: 15-03-2026



This work is licensed under a [Creative Commons Attribution 4.0 International License](https://creativecommons.org/licenses/by/4.0/)

PENDAHULUAN

Pulewulung memiliki potensi pertanian salak pondoh sebagai komoditas utama yang menjadi bahan baku bakpia salak dan produk olahan lainnya. Desa ini juga mengembangkan agro edu wisata yang menggabungkan edukasi budidaya salak dan wisata petik salak, sebagai daya tarik wisata sekaligus mendukung ekonomi lokal. Kebun salak dikelola dengan standar operasional prosedur (SOP) agar hasil panen konsisten sepanjang musim, namun masih ada tantangan dalam penyerapan hasil panen di pasar. Sekitar 20-30% hasil panen salak di Pulewulung tidak terserap pasar secara optimal dan berpotensi terbuang, karena keterbatasan akses pasar dan kurangnya pengolahan nilai tambah. Hal ini menyebabkan kerugian ekonomi bagi petani dan pelaku usaha bakpia salak yang bergantung pada bahan baku tersebut. Upaya pengembangan produk olahan salak seperti dodol, geplak, dan jenang salak sudah dilakukan namun perlu dukungan lebih untuk peningkatan kapasitas produksi dan pemasaran. Industri bakpia salak di Desa Pulewulung merupakan salah satu sektor usaha mikro, kecil, dan menengah (UMKM) yang memiliki potensi besar untuk mendukung perekonomian lokal. Namun, pengembangan industri ini menghadapi berbagai tantangan yang signifikan, seperti sumber daya manusia (SDM) yang masih rendah, kurangnya jiwa kewirausahaan (*entrepreneurship*), permodalan yang terbatas, serta pemasaran yang masih bersifat pesanan saja (Alfarisi & Susetyo, 2025). Selain itu, literasi digital yang lemah juga menjadi hambatan dalam memanfaatkan teknologi informasi untuk memperluas pasar dan meningkatkan efisiensi produksi (Ibrahim & Aduah, 2025). Kondisi ini menghambat pertumbuhan industri bakpia salak yang sebenarnya memiliki peluang besar untuk meningkatkan kesejahteraan masyarakat desa. Keterbatasan SDM di Desa Pulewulung terlihat dari rendahnya keterampilan teknis dan manajerial para pelaku usaha bakpia salak. Hal ini berimplikasi pada kualitas produk yang kurang konsisten dan kurangnya inovasi dalam pengembangan produk. Kurangnya jiwa kewirausahaan juga menyebabkan minimnya inisiatif untuk mengembangkan usaha secara mandiri dan berkelanjutan (Zulfikri & Iskandar, 2022). Selain itu, keterbatasan

modal menjadi kendala utama dalam memperluas kapasitas produksi dan memperbaiki fasilitas pendukung usaha. Pemasaran yang masih mengandalkan sistem pesanan saja membatasi jangkauan pasar dan pendapatan pelaku usaha, sementara literasi digital yang rendah menghalangi pemanfaatan platform online sebagai media promosi dan penjualan (Luz, 2025).

Kondisi tersebut sejalan dengan isu-isu yang diangkat dalam *Sustainable Development Goals* (SDGs), khususnya tujuan pengentasan kemiskinan (SDG 1) dan kesetaraan gender (SDG 5) (Mlambo & Niyitunga, 2024). Industri bakpia salak di Desa Pulewulung memiliki potensi untuk menjadi sumber lapangan kerja yang inklusif, terutama bagi perempuan yang selama ini banyak terlibat dalam proses produksi. Dengan pemberdayaan SDM dan peningkatan kapasitas kewirausahaan, industri ini dapat berkontribusi pada pengurangan kemiskinan dan peningkatan kesejahteraan keluarga di desa (Harinurdin et al., 2025). Pemberdayaan perempuan dalam industri ini juga dapat mendukung kesetaraan gender dengan memberikan akses ekonomi yang lebih luas bagi kelompok yang selama ini kurang terwakili dalam dunia usaha. Peluang kerja di desa melalui pengembangan industri bakpia salak sangat strategis mengingat keterbatasan lapangan kerja formal di wilayah pedesaan (Wicaksana et al., 2024). Pengembangan usaha ini tidak hanya meningkatkan pendapatan masyarakat, tetapi juga memperkuat ketahanan ekonomi desa secara keseluruhan. Oleh karena itu, diperlukan intervensi yang terencana dan terstruktur untuk mengatasi kendala-kendala yang ada, mulai dari peningkatan kapasitas SDM, penguatan jiwa kewirausahaan, akses permodalan yang memadai, hingga pemanfaatan teknologi digital untuk pemasaran yang lebih efektif. Pengabdian Kepada Masyarakat ini bertujuan untuk melakukan memberikan ketrampilan dan pengetahuan berwirausaha dan pemasaran yang mendukung pengembangan industri bakpia salak di Desa Pulewulung dengan pendekatan yang berkelanjutan dan inklusif. Dengan demikian, diharapkan dapat memberikan kontribusi nyata terhadap pencapaian SDGs di tingkat desa, khususnya dalam mengentaskan kemiskinan, meningkatkan kesetaraan gender, dan membuka peluang kerja yang layak bagi masyarakat local (Wicaksana et al., 2024). Pendekatan ini diharapkan mampu mendorong pertumbuhan ekonomi desa yang mandiri dan berkelanjutan melalui pengembangan industri kreatif berbasis potensi lokal.

METODE PENELITIAN

Khalayak sasaran kegiatan adalah Pelaku Umkm Kuliner yang berada di daerah Pulewulung, Kecamatan Turi, Kabupaten Sleman. Sedangkan sasaran kegiatan adalah kelompok pelaku umkm kuliner dengan pelatihan tentang digital marketing, pengembangan layanan, kreativitas dan inovasi pelaku bisnis. Pemilihan didasarkan pada beberapa pertimbangan yaitu:

1. Kelompok usaha memiliki prospek peningkatan usaha yang tinggi jika dilihat dari tren masa kini.
2. Lokasi usaha relatif mudah dijangkau oleh tim pengabdian.
3. Bersama-sama memiliki komitmen dalam memajukan usaha umkm kuliner.

Metode pelaksanaan kegiatan PKM ini adalah :

1. Kondisi awal kegiatan PKM

- a) Pelaku usaha bakpia salak membutuhkan pelatihan kewirausahaan dan pemasaran agar produk mampu bersaing dan memiliki nilai jual yang tinggi di pasar.
- b) Para pelaku usaha bakpia salak membutuhkan pelatihan digital marketing agar produk dapat dipasarkan melalui sosial media dan produknya bisa dikenal dan dijangkau oleh konsumen secara meluas.

2. Pelatihan dan pendampingan terhadap pelaku usaha untuk meningkatkan kewirausahaan dan pemasaran untuk meningkatkan daya saing dan memiliki nilai jual lebih tinggi.

3. Para pelaku usaha bakpia salak memiliki pengetahuan tentang kewirausahaan dan pemasaran serta umkm bisa menerima serta mengatur orderan tepat waktu.

HASIL DAN PEMBAHASAN

Kegiatan pengabdian dilaksanakan dalam bentuk pelatihan, sosialisasi serta diskusi untuk para pelaku usaha di Dusun Pulewulung, Sleman, Yogyakarta. Kegiatan pertama dilaksanakan secara *offline* melalui pertemuan tatap muka dengan jumlah peserta sebanyak 20 orang dengan materi sosialisasi kegiatan manajemen usaha mikro mengenai kemasan produk, foto produk digital dan sistem pembayaran digital melalui Qris. Adapun perincian dari kegiatan tersebut dilakukan sebagai berikut:

Tabel 1. Rincian Kegiatan

No	Hari/Tanggal	Kegiatan	Materi	Penyaji/Pendamping
1.	Sabtu - Minggu, 13-14 September 2025	Pemberian Materi, Praktik dan Tanya Jawab	Pengenalan dan pembuatan <i>e-commerce</i> shopee dan tik-tok	Oktafina Noor Ulfa Tsania Ayu Rohani, STP., MBA
2.	Sabtu – Minggu, 13-14 September 2025	Pemberian Materi, Praktik, dan Tanya Jawab	Sistem pencatatan digital SI APIK dan Buku Warung	Helena Christia Deshediany Naning Margasari, S.E., M.B.A.
3.	Sabtu-Minggu, 13-14 September 2025	Pemberian Materi, Praktik, dan Tanya Jawab	Pentingnya foto produk dan poster untuk meningkatkan daya tarik	Dafa Khoirunanda Radanis Nindya Nuriswati Laili, S.E., M.Sc.
4.	Sabtu– Minggu, 13-14 September 2025	Pemberian materi, Praktik, dan Tanya Jawab	Pengenalan dan pembuatan video pemasaran produk menggunakan AI.	Yoga Pratama Samsugiharja Bintang Lazuardi Benteng Buana Muslim, SM., MM Musaroh, SE., M.Si.

Pengabdian pada masyarakat dilaksanakan pada hari Sabtu hingga Minggu pada tanggal 13 hingga 14 September 2025 secara Luring dimulai pada pagi hari hingga siang hari. Peserta yang hadir sebanyak 35 warga didominasi oleh Ibu rumah tangga dan pemuda desa setempat yang memiliki usaha dalam bidang kuliner maupun tekstil dan tergabung dalam paguyuban UMKM Al Kautsar. Kehadiran peserta yang cukup antusias dalam mengikuti kegiatan pembekalan, menunjukkan bahwa para warga memerlukan tambahan wawasan, terlebih dalam hal strategi peningkatan kualitas pemasaran produk yang dilakukan di *e-commerce*, metode pencatatan keuangan digital, proses foto produk, pembuatan poster usaha, dan video promosi produk menggunakan teknologi *Artificial Intelligence* (AI). Hal ini sejalan dengan semakin tingginya perkembangan bisnis di tengah meningkatnya kondisi wisata di Daerah Istimewa Yogyakarta. Bisnis yang ada harus dibarengi dengan peningkatan visual produk, sistem pemasaran serta sistem pencatatan keuangan digital di tengah berkembangnya era digitalisasi. Hal ini dilakukan untuk meningkatkan eksistensi produk lokal agar bisa terjual lebih luas dan dilihat dimanapun dan kapanpun. Selain itu dengan adanya

pencatatan keuangan digital, juga mempermudah para pemilik usaha dalam memonitoring kondisi keuangan mereka yang dapat diakses dimanapun dan kapanpun dengan mudah.

Materi yang disajikan sebagai upaya untuk memberi pemahaman kepada peserta dalam mengembangkan pengetahuan serta praktik secara langsung mengenai pentingnya memiliki *e-commerce* seperti shopee dan tik-tok untuk memasarkan produk, sistem pencatatan keuangan digital, proses foto produk, pembuatan poster, dan video pemasaran dengan memanfaatkan teknologi digital. Kegiatan pemaparan materi, praktik, dan tanya jawab interaktif dibagi dalam empat sesi yang pada setiap sesinya berisikan pemaparan materi, praktik, dan tanya jawab yang langsung dipaparkan oleh narasumber. Sesi pertama, narasumber menyampaikan mengenai pengenalan, proses pembuatan dan penggunaan *e-commerce* shopee dan tik-tok yang saat ini banyak digunakan oleh masyarakat untuk membeli dan menjual produk. Pada sesi pertama juga terdapat praktik melakukan pembuatan akun *e-commerce* dan fitur-fitur yang bisa dipakai dalam melakukan penjualan produk. Sesi kedua, narasumber menyampaikan mengenai sistem pencatatan keuangan digital berupa SI APIK yang diterbitkan oleh Bank Indonesia dan Buku Warung. Saat ini, penting para pelaku usaha dapat mengenal sistem pencatatan keuangan digital karena memudahkan pelaku usaha melakukan monitoring kondisi keuangan usaha mereka, dapat diakses dimanapun dan kapanpun, menghemat waktu serta tenaga seperti melakukan pencatatan secara fisik sehingga mereka bisa membagi fokusnya secara seimbang terhadap proses produksi maupun pemasaran. Sesi ketiga, narasumber memaparkan materi mengenai cara melakukan foto produk dan pembuatan poster usaha yang baik dengan berbagai peralatan dan teknik yang mudah digunakan oleh para peserta. Pada sesi ketiga ini juga dilakukan praktik bersama dengan para peserta yang telah membawa produknya untuk difoto. Sesi keempat, narasumber memaparkan contoh konten promosi yang sedang viral dan mudah digunakan bagi para pelaku usaha untuk mengenalkan produk mereka ke pasar. Pembuatan konten saat ini bisa dilakukan menggunakan teknologi AI dan bisa diakses oleh masing-masing handphone peserta dimanapun dan kapanpun. Pada sesi pertama hingga keempat berlangsung sangat baik bahkan tidak hanya tanya jawab, namun juga lebih mendalam dengan adanya diskusi interaktif dua arah dan para peserta sangat aktif saat melakukan praktik. Hasil dari PkM pada kesempatan ini adalah adanya poster produk usaha UMKM Al Kutsar, foto box yang bisa digunakan oleh peserta, buku panduan, konten video pemasaran, akun pencatatan keuangan digital yang dibuat oleh peserta dan akun *e-commerce* yang dibuat oleh peserta, dan sertifikat.

Hasil tersebut menjadi awal yang baik dan meningkatkan semangat para peserta untuk memperluas penjualan produk lokal yang mereka miliki dan mampu menyambut tumbuhnya wisata di Daerah Istimewa Yogyakarta khususnya Pulewulung, Turi, Sleman yang memiliki sumber daya melimpah yaitu salak dan dikembangkan menjadi produk konsumsi yang bermanfaat serta menjadi destinasi wisata dalam menunjang pertumbuhan ekonomi suatu wilayah.



Gambar 1. Kehadiran Peserta

Terdapat beberapa indikator sebagai pengukur tingkat efektifitas PkM yang dilakukan, dengan memperhatikan beberapa hal berikut ini:

1. Kehadiran jumlah peserta memenuhi target.
2. Penyajian materi sesuai dengan kesepakatan tim dalam melangsungkan PkM
3. Forum tanya jawab serta praktik sebagai salah satu pengukur untuk melihat keterlibatan dan peran aktif serta ketertarikan peserta dalam mengikuti kegiatan PkM.
4. Pemberian Pre-Test dan Post-Test untuk mengukur tingkat pengetahuan dan pemahaman peserta.
5. Waktu pelaksanaan sesuai dengan perencanaan yang telah disusun.
6. Respon dan testimoni positif serta membangun dari peserta.



Gambar 2. Pembuatan Akun E-Commerce

Keberhasilan PkM dapat dilihat secara langsung dengan beberapa indikator yang sudah disebutkan dan tingkat pemahaman peserta terhadap materi yang telah disajikan, bahkan ketepatan waktu pelaksanaan semua sesuai dengan perencanaan, sehingga tim mengemas penyajian dan diskusi dengan padat. Maka dengan adanya kegiatan yang telah dilaksanakan diharap para pelaku usaha yang ada di Daerah Istimewa Yogyakarta mampu menerapkan strategi dan menggunakan teknologi digital secara maksimal untuk mampu mempertahankan dan mengembangkan usaha yang sedang di jalani. Kegiatan pengabdian masyarakat ini telah terlaksana dengan baik dan lancar terlihat dari kehadiran semua peserta yang sesuai dengan target yang sudah direncanakan. Selain itu, kegiatan pengabdian masyarakat ini sukses karena partisipasi aktif peserta dalam memberikan tanggapan matri yang disampaikan serta peserta juga memberanikan diri untuk mencoba praktek digital marketing yang dapat menunjang usaha umkm kuliner. Penetapan sasaran yang berfokus pada pelaku bisnis kuliner sudah tepat karena mereka membutuhkan strategi yang tepat agar usaha yang dijalankan dapat berjalan lancar dalam jangka panjang.

KESIMPULAN

Tujuan dari kegiatan pengabdian kepada masyarakat ini adalah untuk meningkatkan pengetahuan, pemahaman dan kemampuan mengenai pemasaran digital dan pencacatan keuangan digital bagi pelaku usaha di Desa Pulewulung, Turi, Sleman, Daerah Istimewa Yogyakarta. Peningkatan kemampuan terkait peningkatan kualitas pemasaran produk, dan sistem pembayaran digital. Hal ini dilatarbelakangi oleh semakin berkembangnya bisnis dan wisata yang didukung perkembangan digital di Daerah Istimewa Yogyakarta. Dengan

memberikan wawasan akan pentingnya penggunaan serta pengembangan e-commerce dalam proses penjualan produk sebagai upaya agar produk lokal dapat dikenal secara luas. Selain itu kemampuan pengelolaan bisnis yang meliputi foto produk digital dan video produk menjadi penunjang agar produk lebih terlihat menarik. Pencatatan keuangan digital juga dapat menjadi strategi dalam penjualan agar proses keuangan bisnis dapat tercatat dengan rapi dan lebih efisien dalam penggunaannya. Harapannya dengan adanya pendampingan dengan seluruh materi yang diberikan, pelaku usaha di Pulewulung dapat menjadi usaha yang mampu berjalan dengan baik dan tertata dengan rapi seluruh sistem operasional maupun pemasarannya. Keberhasilan dalam kegiatan pengabdian ditunjukkan dengan kehadiran peserta yang memenuhi target perencanaan, bahkan keberhasilan kegiatan ini ditunjukkan dengan sikap aktif dari para peserta dalam memberi tanggapan dari materi yang telah disajikan. Penetapan sasaran para pelaku bisnis sangat tepat dalam kegiatan pengabdian ini karena para pelaku bisnis memerlukan strategi yang tepat dalam mengembangkan proses pemasaran produknya secara digital dan menggunakan teknologi AI untuk mendukung proses usaha.

UCAPAN TERIMA KASIH

Pada kesempatan ini, diucapkan terima kasih yang sebesar-besarnya kepada:

1. Prof. Dr. Sumaryanto, M.Kes selaku Rektor Universitas Yogyakarta
2. Dr. Sutirman, M. Pd selaku Dekan Fakultas Ekonomi Universitas Yogyakarta
3. Masyarakat pelaku bisnis Dusun Pulewulung sebagai mitra PkM
4. Semua pihak yang tidak bisa disebutkan satu persatu, atas peran dan bantuannya sehingga acara dapat berjalan dengan lancar.

DAFTAR PUSTAKA

- Alfarisi, S., & Susetyo, A. B. (2025). Strategy Of MSMES Development Based On Shariah Economy In The Digital Era: Case Study Of Small Business In Morombuh Village. *RIGGS: Journal of Artificial Intelligence and Digital Business*, 4(2), 3736–3748. <https://doi.org/10.31004/riggs.v4i2.1101>
- Harinurdin, E., Laksmono, B. S., Kusumastuti, R., & Safitri, K. A. (2025). Community Empowerment Utilizing Open Innovation as a Sustainable Village-Owned Enterprise Strategy in Indonesia: A Systematic Literature Review. *Sustainability (Switzerland)*, 17(8). <https://doi.org/10.3390/su17083394>
- Ibrahim, M., & Aduah, E. W. (2025). Digital literacy, digital intelligence and small and medium enterprises' (SMEs) sustainability: The mediating role of digital technology usage. *Information Development*. <https://doi.org/10.1177/026666669251335001>

- Luz, A. (2025). The Role of Digital Platforms in Enhancing the Market Reach of Small Businesses in Rural America. <https://doi.org/10.20944/preprints202502.1162.v1>
- Mlambo, V. H., & Niyitunga, E. B. (2024). Assessing SDG achievement in Africa: Case studies on poverty, hunger, and gender equality. In *International Journal of Development and Sustainability*, 13(7). www.isdsnet.com/ijds
- Putra Wicaksana, B., Tony, I., Wibisono, K., & Sc, M. (2024). Final Architectural Design Studio Salacca Processing Center at kaliaji reservoir in Turi, Sleman with Eco-Factory approach.
- Zulfikri, A., & Iskandar, Y. (2022). The Effect of The Entrepreneurial Spirit, Entrepreneurial Values Towards Entrepreneurial Behavior, and Their Implications on Business Independence (Case Study of Fishery Processing Industry in Sukabumi Regency).