



PROSIDING SEMINAR NASIONAL KUSUMA IV Kualitas Sumberdaya Manusia

“ *Harmoni Budaya Lokal dan Teknologi untuk Pembangunan Berkelanjutan* ”

Peningkatan Efisiensi Dan Daya Saing Irt Dumbeg Melalui Integrasi Teknologi Dan Pemasaran Digital

Siti Alliyah¹, Hetty Muniroh², Neni Purwati³

¹Fakultas Ekonomi dan Bisnis, Akuntansi, Universitas YPPI, Rembang

²Fakultas Ekonomi dan Bisnis, Akuntansi, Universitas YPPI Rembang, Rembang

³Fakultas Sains dan Teknologi, Sistem Informasi, Universitas Muhammadiyah Lamongan

*email korespondensi penulis: wildankafa@yahoo.co.id

Abstrak

Latar belakang: Kegiatan Pengabdian Kemitraan Masyarakat (PKM) ini dilakukan karena adanya permasalahan pada kelompok Industri Rumah Tangga (IRT) makanan tradisional *dumbeg* di Desa Pohlandak, Rembang, yang meliputi proses produksi yang masih manual, manajemen usaha belum teradministrasi, dan pemasaran yang konvensional. **Tujuan:** Tujuan dari kegiatan PKM ini yaitu untuk meningkatkan kapasitas produksi, efisiensi manajemen, dan daya saing pemasaran IRT *dumbeg* melalui transformasi digital. **Metode:** Solusi diimplementasikan melalui transfer teknologi tepat guna (rekayasa alat pengaduk *stainless steel*), pelatihan manajemen berbasis *creativepreneurship*, dan pemanfaatan media sosial untuk promosi. **Hasil:** Implementasi teknologi untuk proses produksi dan promosi menghasilkan peningkatan kapasitas produksi sebesar 200 menjadi 300 unit per hari, peningkatan omset $\pm 10\%$, dan peningkatan literasi digital anggota kelompok sebesar 80% dalam pemanfaatan media sosial seperti instagram, facebook dan tiktok. **Kesimpulan:** Dengan demikian menunjukkan bahwa transformasi digital terbukti efektif sebagai solusi inovatif dalam meningkatkan efisiensi dan menjamin keberlanjutan usaha berbasis potensi lokal.

Kata Kunci: Dumbeg, industri rumah tangga, media sosial, pemasaran , transformasi digital.

Increasing the Efficiency and Competitiveness of Dumbeg Irt Through Technology Integration and Digital Marketing

Abstract

Background: This Community Partnership Service activity was conducted due to challenges faced by the Home Industry (IRT) group producing traditional Dumbeg food in Pohlandak Village, Rembang, including manual production processes, poorly managed business management, and conventional marketing. **Objectives:** The objective of this activity was to increase production capacity, management efficiency, and marketing competitiveness of the Dumbeg IRT through digital transformation. **Methods:** Solutions were implemented through the transfer of appropriate technology (engineering of stainless steel stirrers), creativepreneurship-based management training, and the use of

social media for promotion. **Results:** The implementation of technology for the production and promotion process resulted in an increase in production capacity from 200 to 300 units per day, a 10% increase in turnover, and an 80% increase in digital literacy among group members in the use of social media platforms such as Instagram, Facebook, and TikTok.

Conclusions: This demonstrates that digital transformation has proven effective as an innovative solution to increase efficiency and ensure the sustainability of businesses based on local potential.

Keywords: Dumbeg, home industry, social media, marketing, digital transformation.

PENDAHULUAN

Desa Pohlandak, yang berada di Kecamatan Pancur, Kabupaten Rembang, merupakan lokasi dengan potensi geografis berupa dataran rendah dan perbukitan. Mayoritas penduduknya bekerja sebagai petani, peternak, dan pelaku usaha rumahan, termasuk kelompok Industri Rumah Tangga (IRT) makanan tradisional *dumbeg* yang merupakan produk khas daerah. Posisi strategis Desa Pohlandak yang berdekatan dengan destinasi wisata seperti Pantai Caruban dan Sentra Batik Lasem membuka peluang besar bagi produk *dumbeg* untuk dipasarkan sebagai oleh-oleh khas daerah kepada wisatawan. Namun, kelompok IRT *dumbeg* menghadapi tantangan serius yang menghambat pengembangan usaha. Pertama, proses produksi masih sepenuhnya manual, di mana pengadukan adonan dilakukan di lantai menggunakan bak plastik, yang menimbulkan masalah efisiensi waktu, risiko kerusakan alat yang tinggi, dan kekhawatiran terkait higienitas produk. Kedua, manajemen usaha belum tertata, ditandai dengan tidak adanya pencatatan jumlah penjualan dan pengeluaran, yang membuat pemilik usaha kesulitan dalam menganalisis data dan menentukan strategi pemasaran yang tepat. Ketiga, strategi pemasaran masih konvensional, dan mitra menghadapi keterbatasan pengetahuan dan sumber daya manusia untuk mengelola pemasaran *online* yang merupakan kebutuhan di era digital. Berikut gambaran proses produksi yang dilakukan secara manual dengan menggunakan bak plastik serta dilakukan di lantai.



Gambar 1. Proses Produksi Dumbeg

Berdasarkan permasalahan tersebut, kegiatan pengabdian kepada masyarakat ini berfokus pada pemberian pelatihan dan pendampingan yang melibatkan transfer teknologi dan digitalisasi untuk meningkatkan pengetahuan, keterampilan, dan daya saing mitra. Manfaat dari kegiatan ini tidak hanya berdampak pada peningkatan pendapatan keluarga pelaku usaha, tetapi juga membuka peluang kerja baru dan berpotensi menjadikan *dumbeg* sebagai produk unggulan yang memperkuat identitas lokal. Tujuan utama dari program ini adalah untuk mengatasi inefisiensi produksi, menata administrasi manajemen, dan memperluas jangkauan pasar kelompok usaha *dumbeg* melalui transformasi digital.

METODE PENGABDIAN KEPADA MASYARAKAT

Kegiatan pengabdian ini dilaksanakan di Desa Pohlandak, Kecamatan Pancur, Kabupaten Rembang, pada bulan September hingga Desember 2025. Metode yang digunakan adalah kolaboratif dan partisipatif, menyesuaikan dengan kebutuhan mitra "Omah Dumbeg". Tahapan pelaksanaan kegiatan mencakup: Sosialisasi Program yang bertujuan agar mitra memahami seluruh proses dan tujuan PKM; Pelatihan yang terbagi menjadi empat sesi utama: Manajemen Usaha (*Creativepreneurship*), Pemanfaatan Media Sosial dan Penerapan Teknologi produksi. Penerapan Teknologi meliputi: Rekayasa Alat Produksi (alat pengaduk dan bak penampungan adonan berbasis *stainless steel* untuk efisiensi dan higienitas); dan Pembuatan Media Sosial untuk meningkatkan jangkauan pemasaran. Setelah implementasi, dilakukan Pendampingan dan Evaluasi untuk memastikan mitra menguasai materi dan mampu menerapkan teknologi. Evaluasi juga membandingkan hasil penjualan sebelum dan setelah program. Terakhir, Keberlanjutan Program dijamin melalui kesediaan mitra, alokasi biaya *hosting* dari margin keuntungan, dan kerja sama dengan LPPM Universitas YPPI Rembang melalui program MBKM.

HASIL

Bagian ini menyajikan temuan dan hasil pelaksanaan kegiatan pengabdian kepada masyarakat yang terbagi menjadi tahap persiapan, pelatihan, dan implementasi teknologi.

Tahap Persiapan: Sosialisasi dilaksanakan pada 2 September 2025 yang diikuti oleh anggota kelompok IRT *dumbeg* dan perangkat desa. Materi sosialisasi meliputi pemaparan program, pentingnya teknologi tepat guna (alat pengaduk otomatis), penguatan manajemen usaha (pencatatan keuangan), dan strategi pemasaran digital.

PROSIDING SEMINAR NASIONAL KUSUMA IV Kualitas Sumberdaya Manusia

“ *Harmoni Budaya Lokal dan Teknologi untuk Pembangunan Berkelanjutan* ”

Tahap Pelatihan: Pelatihan manajemen usaha (*creativepreneurship*) dan motivasi wirausaha dilaksanakan pada 24 September 2025. Selanjutnya, Pelatihan Manajemen Keuangan (pencatatan pemasukan, pengeluaran, laba-rugi) dilaksanakan pada 25 September 2025. Pelatihan Pengenalan Teknologi Informasi dan Pemasaran *Online* dilaksanakan pada 26 September 2025, mengajarkan pemanfaatan media sosial dan *marketplace*. Hasil pelatihan menunjukkan peserta memahami pentingnya pencatatan keuangan dan termotivasi untuk memanfaatkan peluang pasar digital.



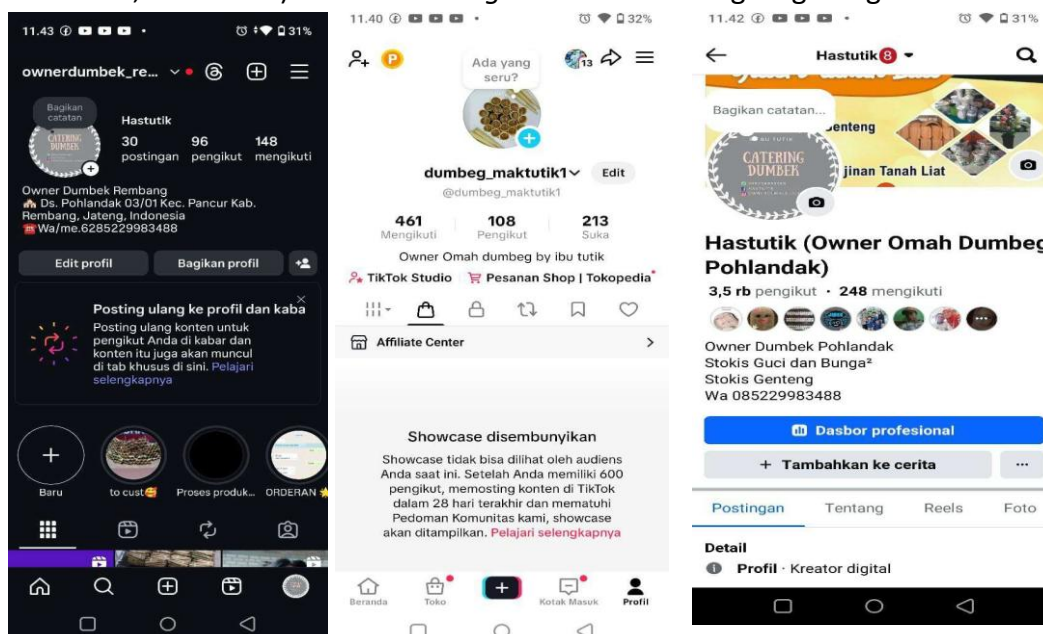
Gambar 2. Pelatihan Manajemen Usaha

Produk Teknologi dan Inovasi: Program ini menghasilkan produk teknologi *hard* dan *soft*. Inovasi *hard* utama adalah Rekayasa Alat Pengaduk Bahan Baku Dumbeg Berbasis *Stainless Steel*. Alat ini dirancang untuk produksi yang lebih higienis, cepat, dan efisien.



Gambar 3. Mesin Produksi Pengaduk Bahan Dumbeg

Produk teknologi *soft* meliputi pemanfaatan **Media Sosial** (Instagram, Facebook, dan TikTok) untuk *branding* dan interaksi langsung dengan konsumen.



Gambar 4. Media Sosial untuk promosi produk Dumbeg

Berikut kami sajikan kondisi mitra sebelum adanya program PKM dan sesudah adanya PKM dari aspek produksi, manajemen usaha, dan pemasaran

Tabel 1. Tingkat keberhasilan program pengabdian kepada masyarakat

Aspek	Kondisi Sebelum Program	Kondisi Setelah Program	Dampak/Kebermanfaatan
Produksi	200 unit/hari, manual	300 unit/hari, pakai alat <i>stainless steel</i>	Kapasitas naik 50%, lebih higienis
Manajemen Usaha	Tidak ada administrasi keuangan	Adanya laporan penjualan sederhana (menggunakan excel)	Administrasi rapi, 80% anggota bisa mengoperasikan
Pemasaran	Konvensional (<i>offline</i>)	<i>Online</i> (<i>E-commerce</i> + Media Sosial)	Akses pasar luas, omset naik sebesar 10
Kualitas Produk	Kurang higienis, kemasan sederhana	Lebih higienis, <i>branding</i> & <i>packaging</i> menarik	Nilai jual produk meningkat
Ekonomi Lokal	Skala usaha terbatas	Skala usaha berkembang, potensi ikon desa	Peningkatan pendapatan & pemberdayaan masyarakat

Tahap Evaluasi

Tahap evaluasi dilakukan untuk mengetahui sejauh mana mitra mampu mengimplementasikan hasil pelatihan maupun pendampingan yang telah dilakukan. Pada tanggal 17 dan 18 Oktober 2025 melalui keikutsertaan mitra dalam Pameran Industri Kreatif Kabupaten Rembang yang diselenggarakan oleh Dinas Pariwisata Kabupaten Rembang. Produk Dumbeg menjadi sajian makanan tradisional yang menarik sebagai pengganti hidangan snack. Selain itu dalam sesi acara tersebut testimoni terkait rasa maupun penilaian penyajian (kemasan) dilakukan langsung oleh Ibu Wakil Bupati Kabupaten Rembang serta anggota Dekranasda Kabupaten Rembang.



Gambar 5. Keikutsertaan Omah Dumbeg dalam acara Dekranasda Rembang

PEMBAHASAN

Hasil implementasi PKM menunjukkan bahwa transformasi digital efektif dalam mengatasi inefisiensi pada kelompok IRT *dumbeg*. Peningkatan kapasitas produksi dari 200 unit menjadi 300 unit per hari merupakan bukti nyata keberhasilan rekayasa teknologi sederhana, yaitu alat pengaduk berbasis *stainless steel*. Kenaikan efisiensi sebesar 50% ini sejalan dengan penelitian yang menyebutkan bahwa penerapan alat produksi berbasis efisien dan higienis mampu meningkatkan produktivitas.

Dari sisi manajemen, penerapan pencatatan keuangan pada UMKM sangat krusial dalam mewujudkan pengelolaan usaha yang lebih profesional dan terukur. Dengan adanya laporan penjualan usaha memungkinkan mitra menganalisis penjualan dan merumuskan strategi pemasaran, yang pada akhirnya meningkatkan daya saing.



PROSIDING SEMINAR NASIONAL KUSUMA IV Kualitas Sumberdaya Manusia

“ Harmoni Budaya Lokal dan Teknologi untuk Pembangunan Berkelanjutan ”

Pada aspek pemasaran, implementasi *e-commerce* "Omah Dumbeg" dan pemanfaatan media sosial terbukti memperluas jangkauan pemasaran hingga ke luar daerah, yang selaras dengan temuan bahwa pemasaran *online* dapat meningkatkan pangsa pasar dan penjualan. Peningkatan omset sebesar 10% dan peningkatan interaksi konsumen sebesar 30% menunjukkan dampak positif digitalisasi dalam memperkuat *branding* dan memperluas jejaring usaha secara berkelanjutan. Dengan demikian, program ini tidak hanya memberikan kontribusi pada peningkatan produktivitas dan omset, tetapi juga membangun kemandirian kelompok usaha dalam mengelola teknologi dan administrasi secara berkelanjutan.

KESIMPULAN

Kegiatan Program Pemberdayaan Kemitraan Masyarakat (PKM) yang berfokus pada transformasi digital terbukti efektif dan memberikan dampak positif yang nyata bagi kelompok UMKM *Dumbeg* Desa Pohlandak, Kabupaten Rembang. Peningkatan efisiensi produksi hingga 300 unit per hari dicapai berkat pengadaan alat pengaduk *stainless steel*, sementara promosi melalui media social mampu memperluas jangkauan pasar, dan meningkatkan omset usaha sekitar. Secara keseluruhan, program ini berhasil membangun fondasi kemandirian kelompok usaha *dumbeg* dalam mengelola teknologi, administrasi, dan promosi secara berkelanjutan, menjadikannya produk unggulan yang memiliki daya saing di era digital.

DAFTAR PUSTAKA

- Dinas Kominfo Kota Medan. (2022, 29 Juni). *Pemko Medan Gelar Pelatihan Pemasaran dengan Trend Digital, Diharapkan dapat Tingkat Pengetahuan Pelaku UMKM dalam Memasarkan Produk Secara Digital*. Portal.Medan.Go.Id. <https://portal.medan.go.id/>
- Evasari, A., Utomo, Y., & Ambarwati, D. (2019). Pelatihan dan pemanfaatan *e-commerce* sebagai media pemasaran produk UMKM di Desa Tales Kecamatan Ngadiluwih Kabupaten Kediri. *Cendekia Jurnal Pengabdian Masyarakat*, 1(2), 71–75. <https://doi.org/10.32503/cendekia.v1i2.603>
- Friska, N., Anisah, H., & Hidayatullah, M. (2024). Dampak digitalisasi terhadap pertumbuhan UMKM di negara berkembang. *Jurnal Riset dan Inovasi Manajemen*, 2(4).

- Hariroh, F., Azis, N., Sandi, P., Hermiati, N., & Aprilia, W. (2024). Peranan kompetensi sumber daya manusia UMKM dalam meningkatkan kinerja UMKM. *Jurnal Pengabdian Bersama Masyarakat Indonesia*, 2(1), 48–54.
- Hidayati, N., Pungkasanti, P., & Wakhidah, N. (2020). Pemanfaatan media sosial sebagai digital marketing UMKM di Kecamatan Tembalang Semarang. *Abdimasku Jurnal Pengabdian Masyarakat*, 3(3), 119. <https://doi.org/10.33633/ja.v3i3.129>
- Imjai, N. (2024). Impact of logical thinking skills and digital literacy on Thailand's Generation Z accounting students' internship effectiveness: Role of self-learning capability. *International Journal of Educational Research*.
- Indriyani, I., Wiranata, I., & Hiu, S. (2024). Strategi peningkatan efisiensi operasional UMKM di era digital: Pendekatan kualitatif dengan *Business Intelligence* dalam implementasi *E-Commerce*. *Informatics For Educators And Professional: Journal of Informatics*, 9(1), 23. <https://doi.org/10.51211/itbi.v9i1.2760>
- Irfani, H., Yeni, F., & Wahyuni, R. (2020). Pemanfaatan digital marketing sebagai strategi pemasaran pada UKM dalam menghadapi era industri 4.0. *JCES (Journal of Character Education Society)*, 3(3), 651–659.
- Muniroh, H., & Alliyah, S. (2022). Pembekalan manajemen usaha dan pembukuan sederhana pada kelompok budi daya buah markisa di Desa Sidomulyo Kecamatan Kaliori Kabupaten Rembang. *Budimas: Jurnal Pengabdian Masyarakat*, 226–230.
- Naimah, R., Wardhana, M., Haryanto, R., & Pebrianto, A. (2020). Penerapan digital marketing sebagai strategi pemasaran UMKM. *Jurnal IMPACT: Implementation and Action*, 2(2), 119–130.
- Nur, H., & Deniaty, D. (2024). Penerapan pencatatan keuangan digital pada UMKM dalam mewujudkan SDGs Desa. *Akademik Pengabdian Masyarakat*, 2(3), 36–43. <https://doi.org/10.61722/japm.v2i3.1417>
- Prayogi, A., & Kirom, M. (2022). Pendampingan pengembangan digitalisasi UMKM masyarakat Desa Wonoyoso Pekalongan menghadapi era *new normal*. *Jurnal Pengabdian Pendidikan Masyarakat (JPPM)*, 3(1), 14–24. <https://doi.org/10.52060/jppm.v3i1.652>
- Rahajoe, A. (2023). Penguatan *branding* UMKM Go-Digital Usaha Eka Jaya Tekstil. *Plakat Jurnal Pelayanan Kepada Masyarakat*, 5(2), 184. <https://doi.org/10.30872/plakat.v5i2.13197>
- Rosyidah, A., Ediaty, R., & Murwani, I. (2021). Aneka olahan bandeng dan pemanfaatan teknologi untuk meningkatkan daya saing UMKM di Kelurahan



PROSIDING SEMINAR NASIONAL KUSUMA IV Kualitas Sumberdaya Manusia

“ *Harmoni Budaya Lokal dan Teknologi untuk Pembangunan Berkelanjutan*”

Keputih. Sewagati, 5(3), 269–277.

<https://doi.org/10.12962/j26139960.v5i3.39>

S, A., & Nurhidayati, A. (2019). Pengaruh *Knowledge Sharing* terhadap kinerja bisnis melalui inovasi. *Research Fair Unisri*, 3(1).