

Pendampingan Usaha Pemula untuk Peningkatan Kualitas Produk dan Promosi Digital di Desa Ladang Panjang

Hamdiah^{1*}, Aegisia Sukmawati², Theresa Taken Pasaribu³, Aninda Puji Adila⁴, Naufal Kurniawan⁵

^{1,2,3,4,5}Universitas Jambi, Jl. Lintas Jambi-Ma. Bulian. Muaro Jambi, Jambi

E-mail: hamdiah@unja.ac.id

* Corresponding Author

 <https://doi.org/10.31004/jerkin.v4i1.2826>

ARTICLE INFO

Article history

Received: 20 August 2025

Revised: 28 August 2025

Accepted: 17 September 2025

Kata Kunci:

Usaha Pemula, Kualitas Produk, Promosi Digital, Pendampingan, Desa Ladang Panjang

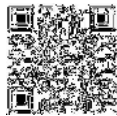
Keywords:

Startup Business, Product Quality, Digital Promotion, Mentoring, Ladang Panjang Village

ABSTRACT

Artikel ini membahas kegiatan pendampingan usaha pemula untuk meningkatkan kualitas produk dan promosi digital di Desa Ladang Panjang. Kegiatan melibatkan 15 peserta tenaga kerja mandiri pemula yang mendapatkan pelatihan strategi peningkatan kualitas produk dan promosi digital melalui media sosial dan marketplace. Metode pelaksanaan meliputi workshop, pendampingan intensif, dan evaluasi melalui pre-test dan post-test. Hasil kegiatan menunjukkan peningkatan signifikan dalam pemahaman peserta terkait kualitas produk dan strategi promosi digital, termasuk kemampuan membuat konten promosi, memperbaiki kemasan produk, dan memanfaatkan media digital secara efektif. Pendampingan ini sejalan dengan temuan (Hamdiah et al., 2025) yang menunjukkan efektivitas pendampingan usaha pemula dalam meningkatkan perencanaan bisnis, namun kegiatan ini menekankan implementasi langsung pada kualitas produk dan pemasaran digital. Hasil pengabdian ini menunjukkan bahwa pendampingan berbasis praktik dan digital marketing dapat meningkatkan kinerja usaha pemula dan mendukung kemandirian ekonomi masyarakat pedesaan.

This article discusses mentoring activities for start-up businesses to improve product quality and digital promotion in Ladang Panjang Village. The program involved 15 start-up independent workers who received training on strategies for improving product quality and digital promotion through social media and marketplaces. The implementation method included workshops, intensive mentoring, and evaluation through pre- and post-tests. The results of the program showed a significant increase in participants' understanding of product quality and digital promotion strategies, including the ability to create promotional content, improve product packaging, and utilize digital media effectively. This mentoring is in line with findings (Hamdiah et al., 2025) that demonstrated the effectiveness of mentoring for start-up businesses in improving business planning, but this activity emphasized direct implementation on product quality and digital marketing. The results of this community service program indicate that practice-based mentoring and digital marketing can improve the performance of start-up businesses and support the economic independence of rural communities.



This is an open access article under the CC-BY-SA license.

How to Cite: Hamdiah, et al (2025). Pendampingan Usaha Pemula untuk Peningkatan Kualitas Produk dan Promosi Digital di Desa Ladang Panjang, 4 (1) 6294-6297. <https://doi.org/10.31004/jerkin.v4i1.2826>

PENDAHULUAN

Pemberdayaan usaha pemula menjadi salah satu upaya strategis untuk meningkatkan kemandirian ekonomi masyarakat pedesaan. Usaha mikro dan pemula memiliki potensi besar dalam menciptakan lapangan kerja, meningkatkan pendapatan keluarga, dan mendorong pertumbuhan ekonomi lokal. Namun, banyak usaha pemula menghadapi kendala dalam meningkatkan kualitas produk, mengelola

pemasaran, dan memanfaatkan media digital secara efektif (Hamdiah et al., 2025). Kualitas produk yang baik dan strategi promosi digital yang tepat menjadi faktor kunci agar usaha pemula mampu bersaing di pasar lokal maupun online. Penelitian sebelumnya menunjukkan bahwa banyak pelaku usaha pemula masih terbatas dalam pengetahuan tentang kemasan produk, inovasi, branding, dan digital marketing. Hal ini menyebabkan potensi usaha mereka kurang maksimal, meskipun produk yang dihasilkan berkualitas (Kotler & Keller, 2016).

Pendampingan berbasis praktik dan digital marketing merupakan solusi strategis untuk mengatasi permasalahan tersebut. Melalui kegiatan pendampingan, pelaku usaha pemula dapat memperoleh bimbingan dalam peningkatan kualitas produk, seperti desain kemasan, inovasi produk, serta penerapan strategi promosi digital melalui media sosial dan marketplace. Pendampingan juga memberikan kesempatan bagi peserta untuk mengembangkan kompetensi pemasaran online, membangun brand awareness, dan meningkatkan daya saing produk di era digital.

Desa Ladang Panjang, Kecamatan Sarolangun, merupakan wilayah yang memiliki potensi ekonomi lokal yang beragam, termasuk kuliner, kerajinan tangan, dan jasa kreatif. Namun, keterbatasan pengetahuan digital dan inovasi produk masih menjadi hambatan bagi tenaga kerja mandiri pemula di desa ini. Oleh karena itu, kegiatan pendampingan ini dilaksanakan dengan tujuan untuk:

1. Meningkatkan kualitas produk usaha pemula melalui inovasi dan pengembangan kemasan.
2. Meningkatkan kemampuan promosi digital peserta melalui media sosial dan marketplace.
3. Memberikan bimbingan praktik yang aplikatif dan berkelanjutan untuk mendukung kemandirian ekonomi peserta.

Kegiatan ini juga merujuk pada temuan (Hamdiah et al., 2025), yang menunjukkan efektivitas pendampingan usaha pemula dalam perencanaan bisnis, namun menekankan bahwa fokus pada implementasi kualitas produk dan promosi digital masih menjadi kebutuhan mendesak bagi pelaku usaha pemula. Dengan demikian, artikel ini bertujuan untuk mendeskripsikan pelaksanaan pendampingan usaha pemula di Desa Ladang Panjang, sekaligus memberikan rekomendasi strategi pemberdayaan ekonomi lokal yang efektif melalui pendekatan praktis dan digital marketing.

Kegiatan pengabdian ini bertujuan mendeskripsikan pelaksanaan pendampingan usaha pemula dengan fokus pada peningkatan kualitas produk dan strategi promosi digital yang efektif.

METODE

Kegiatan pendampingan dilaksanakan pada bulan Juli 2025 di Desa Ladang Panjang, Kecamatan Sarolangun. Peserta berjumlah 15 orang tenaga kerja mandiri pemula yang bergerak di bidang kuliner, kerajinan, dan jasa lokal. Tahapan kegiatan meliputi:

Workshop Peningkatan Kualitas Produk:

1. Pembentukan kemasan dan branding
2. Inovasi produk (rasa, desain, daya tahan)
3. Standardisasi dan kontrol kualitas

Pelatihan Promosi Digital:

1. Pemanfaatan media sosial (Instagram, Facebook, TikTok)
2. Penggunaan marketplace (Tokopedia, Shopee)
3. Strategi konten dan storytelling produk

Pendampingan Intensif:

1. Konsultasi individual terkait pengelolaan usaha
2. Monitoring implementasi promosi digital

Evaluasi:

1. Pre-test dan post-test untuk mengukur pemahaman peserta
2. Observasi langsung penerapan strategi promosi digital

HASIL DAN PEMBAHASAN

Hasil kegiatan menunjukkan peningkatan signifikan dalam kualitas produk dan promosi digital. Pre-test menunjukkan peserta masih minim pemahaman mengenai kemasan produk, inovasi, dan

pemasaran digital. Setelah pelatihan dan pendampingan, post-test menunjukkan peningkatan rata-rata pemahaman sebesar 65–80%.

Tabel 1. Hasil Pre-Test dan Post-Test

No	Aspek	Pre-Test (%)	Pos-Test (%)
1	Kemasan & Presentasi Produk	30	85
2	Inovasi Produk	25	75
3	Pemasaran Digital (Media Sosial)	20	80
4	Konten Promosi & Branding	15	70

Hasil observasi menunjukkan beberapa poin penting:

Kualitas Produk

1. Peserta mampu meningkatkan tampilan produk melalui kemasan yang lebih menarik dan informatif.
2. Inovasi rasa dan desain produk meningkat, sehingga produk lebih layak jual.
3. Standarisasi produk membantu peserta menjaga kualitas konsisten, sesuai prinsip manajemen mutu.

Promosi Digital

1. Peserta mulai aktif memanfaatkan media sosial untuk pemasaran.
2. Konten promosi yang dibuat sederhana namun efektif, termasuk foto produk, caption persuasif, dan hashtag relevan.
3. Penggunaan marketplace membantu meningkatkan jangkauan penjualan, terutama bagi peserta yang sebelumnya hanya mengandalkan penjualan offline.

Peningkatan Kompetensi Peserta

1. Post-test menunjukkan peningkatan signifikan pada aspek literasi digital dan kemampuan pemasaran online.
2. Peserta yang lebih cepat memahami materi langsung menerapkan strategi promosi digital, menunjukkan efektivitas pendampingan berbasis praktik.

Tantangan dan Hambatan

1. Beberapa peserta awalnya mengalami kesulitan dalam membuat konten digital yang menarik.
2. Akses internet yang terbatas menjadi kendala bagi sebagian peserta dalam menjalankan strategi pemasaran online.

Diskusi

Kegiatan ini sejalan dengan (Hamdiah et al., 2025) yang menunjukkan efektivitas pendampingan usaha pemula dalam perencanaan bisnis, tetapi berbeda fokus karena menekankan implementasi kualitas produk dan promosi digital.

Pendampingan berbasis praktik memungkinkan peserta langsung mencoba strategi yang dipelajari, sehingga pemahaman lebih cepat meningkat. Temuan ini konsisten dengan penelitian (Hairuddin & Suryana, 2020) yang menegaskan bahwa kualitas produk dan digital marketing berpengaruh signifikan terhadap kinerja UMKM. Selain itu, pemanfaatan media sosial dan marketplace sebagai sarana pemasaran juga sejalan dengan pandangan (Chaffey & Ellis-Chadwick, 2019) yang menyatakan bahwa strategi digital yang tepat dapat memperluas jangkauan pasar. Pendampingan usaha yang berkelanjutan terbukti menjadi faktor penting sebagaimana dikemukakan oleh (Indrawati & Ramadhan, 2021), bahwa dukungan langsung dapat memperkuat kapasitas pelaku usaha dalam beradaptasi dengan perkembangan digital.

Literasi digital menjadi faktor kunci dalam mendukung daya saing produk lokal di era digital. Peserta yang menguasai media sosial dan marketplace dapat memperluas pasar dan meningkatkan pendapatan.

Dampak Jangka Panjang

1. Peningkatan kualitas produk dan promosi digital diharapkan meningkatkan kepercayaan pelanggan.
2. Usaha mikro yang lebih profesional berpotensi tumbuh menjadi usaha mandiri yang berkelanjutan.
3. Pendampingan ini memberikan model yang dapat direplikasi di desa lain untuk memperkuat ekonomi lokal.

Peserta mulai mampu mengoptimalkan media sosial untuk promosi, membuat konten pemasaran sederhana, dan memperbaiki tampilan produk. Misalnya, peserta kuliner mampu membuat foto produk lebih menarik, menggunakan hashtag yang relevan, dan menjual melalui marketplace.

Pendampingan ini menunjukkan keselarasan dengan temuan (Hamdiah et al., 2025) bahwa pendampingan usaha pemula efektif dalam meningkatkan kompetensi perencanaan bisnis. Bedanya, kegiatan ini menekankan langsung pada implementasi kualitas produk dan promosi digital, sehingga lebih aplikatif bagi usaha pemula.

Kegiatan ini juga menekankan literasi digital, yang penting bagi usaha mikro agar tetap kompetitif di era digital. Hasil menunjukkan bahwa peserta yang aktif mengikuti pendampingan mampu menerapkan strategi digital marketing sederhana namun efektif.

Secara keseluruhan, hasil pengabdian menunjukkan bahwa pendampingan terstruktur, berbasis praktik, dan digital marketing mampu meningkatkan kinerja usaha pemula secara signifikan, dari segi produk, pemasaran, dan keterampilan digital.

SIMPULAN

Pendampingan usaha pemula di Desa Ladang Panjang berhasil meningkatkan kualitas produk dan pemanfaatan promosi digital. Peserta mampu memperbaiki kemasan, melakukan inovasi produk, dan mengoptimalkan media sosial untuk promosi.

Berikut saran dari penelitian yang telah dilakukan: 1) pendampingan lanjutan sebaiknya difokuskan pada strategi digital marketing lebih mendalam, manajemen penjualan online, dan penggunaan marketplace. 2) Monitoring berkala penting agar peserta terus menerapkan praktik yang sudah dilatihkan. 3) Kegiatan serupa dapat direplikasi di desa lain untuk memperkuat kemandirian ekonomi masyarakat.

UCAPAN TERIMAKASIH

Peneliti menyampaikan ucapan terima kasih kepada pihak yang sudah berkontribusi dalam pelaksanaan penelitian dan penyusunan artikel ini.

REFERENSI

- Chaffey, D., & Ellis-Chadwick, F. (2019). *Digital Marketing: Strategy, Implementation and Practice* (7th ed.). Pearson Education Limited.
- Hairuddin, & Suryana. (2020). Pengaruh kualitas produk dan digital marketing terhadap kinerja UMKM. *Jurnal Manajemen Dan Kewirausahaan*, 8(2), 112–123.
- Hamdiah, Utami, F. N., Heriyani, Dahlia, & Wulandari, S. (2025). Penerapan Model Kanvas dalam Pendampingan Tenaga Kerja Mandiri Pemula untuk Perencanaan Bisnis di Kelurahan Pematang Kandis, Kecamatan Bangko, Kabupaten Merangin: Pengabdian. *Jurnal Pengabdian Masyarakat Dan Riset Pendidikan*, 4(1), 2226–2230. <https://doi.org/10.31004/jerkin.v4i1.1965>
- Indrawati, & Ramadhan, M. R. (2021). Pendampingan usaha dalam meningkatkan kapasitas adaptasi pelaku UMKM di era digital. *Jurnal Pengabdian Kepada Masyarakat*, 5(1), 45–55.
- Kotler, P., & Keller, K. L. (2016). *Marketing Management* (15th ed.). Pearson Education.