

Pendampingan Terpadu UMKM Pantai Kartini Jepara untuk Pengembangan Ekonomi Lokal Berbasis Wisata

Altatit Dianawati^{1*}, Diah Nofitasari², Eko Yuliawan³, Haris Karyadi⁴

^{1,2,3,4}Sekolah Tinggi Ilmu Ekonomi GICI

Email: altatit02@gmail.com

Received : 05-06-2026 Revised : 23-06-2026 Accepted : 27-06-2026 Published : 30-06-2026

Abstrak

Pengabdian kepada masyarakat ini dilatarbelakangi oleh masih terbatasnya kapasitas pelaku Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah (UMKM) di kawasan wisata Pantai Kartini Kabupaten Jepara dalam mengelola usaha, memasarkan produk, serta memanfaatkan teknologi digital untuk mendukung perkembangan usaha. Tujuan kegiatan ini adalah meningkatkan kapasitas pelaku usaha dalam pengelolaan usaha, pengembangan produk, strategi pemasaran, dan pemanfaatan media digital guna mendukung pengembangan ekonomi lokal berbasis pariwisata. Metode pelaksanaan menggunakan pendekatan pemberdayaan masyarakat melalui pelatihan dan pendampingan yang dilaksanakan selama tiga hari, yaitu pada 11–13 Mei 2026, dengan melibatkan 30 pelaku UMKM sebagai peserta. Teknik pengumpulan data dilakukan melalui observasi, wawancara, dokumentasi, serta kuesioner pre-test dan post-test. Hasil evaluasi menunjukkan adanya peningkatan kemampuan peserta yang ditunjukkan oleh kenaikan rata-rata skor dari 2,30 pada saat pre-test menjadi 4,12 pada saat post-test (skala 1–5). Peningkatan paling menonjol terjadi pada aspek pemahaman manajemen usaha, kemampuan digital marketing, akses pasar, dan pemahaman branding produk. Selain itu, peserta menunjukkan peningkatan motivasi dalam mengembangkan usaha serta kesiapan untuk memanfaatkan media digital sebagai sarana promosi. Kegiatan ini menunjukkan bahwa pelatihan dan pendampingan yang dilakukan efektif dalam meningkatkan kapasitas pelaku UMKM serta mendukung penguatan ekonomi lokal berbasis pariwisata di kawasan Pantai Kartini, Kabupaten Jepara.

Kata kunci: pemberdayaan masyarakat, UMKM, pariwisata, digital marketing, pengembangan usaha

Abstract

This community service program was motivated by the limited capacity of Micro, Small, and Medium Enterprises (MSMEs) in the Pantai Kartini tourism area, Jepara Regency, in managing their businesses, marketing products, and utilising digital technology to support business development. The purpose of this program was to enhance the capacity of MSME actors in business management, product development, marketing strategies, and the use of digital media to support tourism-based local economic development. The program employed a community empowerment approach through training and mentoring activities conducted over three days, from May 11 to May 13, 2026, involving 30 MSME owners as participants. Data were collected through observation, interviews, documentation, and pre-test and post-test questionnaires. The evaluation results indicated an improvement in participants' competencies, as reflected by the increase in the average score from 2.30 in the pre-test to 4.12 in the post-test on a five-point scale. The most significant improvements were observed in business management understanding, digital marketing capabilities, market access, and product branding awareness. In addition, participants demonstrated increased motivation to develop their businesses and greater readiness to utilise digital media as a promotional tool. These findings indicate that the training and mentoring activities were effective in enhancing the capacity of MSME

actors and supporting tourism-based local economic development in the Pantai Kartini area of Jepara Regency.

Keywords: *community empowerment, MSMEs, tourism, digital marketing, business development*

Pendahuluan

Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah (UMKM) merupakan sektor strategis yang berperan sebagai penggerak utama perekonomian nasional maupun daerah. Berdasarkan data Kementerian UMKM, jumlah UMKM di Indonesia mencapai lebih dari 65 juta unit usaha dengan kontribusi sekitar 61% terhadap Produk Domestik Bruto (PDB) nasional serta menyerap sekitar 97% tenaga kerja Indonesia. Kabupaten Jepara sebagai salah satu daerah tujuan wisata di Jawa Tengah memiliki berbagai potensi ekonomi lokal yang didukung oleh keberadaan UMKM. Salah satu kawasan wisata unggulan di Jepara adalah Pantai Kartini yang menjadi pusat aktivitas ekonomi masyarakat melalui usaha kuliner, suvenir, kerajinan, dan produk olahan hasil laut. Keberadaan UMKM di kawasan tersebut tidak hanya mendukung sektor pariwisata, tetapi juga berkontribusi terhadap peningkatan pendapatan masyarakat sekitar. Tingginya mobilitas wisatawan memberikan peluang bagi pelaku usaha untuk mengembangkan produk dan memperluas pasar. Oleh karena itu, penguatan kapasitas UMKM di kawasan Pantai Kartini menjadi penting dalam mendukung pengembangan ekonomi lokal berbasis pariwisata (Kementerian UMKM, 2025).

Mitra dalam kegiatan pengabdian ini adalah pelaku UMKM yang beroperasi di kawasan Pantai Kartini, Kabupaten Jepara. Sebagian besar pelaku usaha masih menghadapi berbagai keterbatasan, seperti rendahnya kemampuan manajemen usaha, kurang optimalnya strategi pemasaran, serta terbatasnya pemanfaatan teknologi digital dalam kegiatan bisnis. Selain itu, produk yang dihasilkan masih memiliki daya saing yang relatif rendah akibat minimnya inovasi dan pengembangan nilai tambah produk. Kondisi tersebut sejalan dengan temuan Kementerian UMKM yang menyatakan bahwa tantangan utama UMKM di Indonesia meliputi rendahnya produktivitas, digitalisasi yang belum merata, serta keterbatasan akses pasar dan jejaring usaha. Persaingan yang semakin tinggi di sektor pariwisata menuntut pelaku UMKM untuk mampu beradaptasi terhadap perubahan kebutuhan konsumen dan perkembangan pasar. Apabila kondisi tersebut tidak segera diatasi, maka peluang ekonomi yang dihasilkan dari aktivitas pariwisata belum dapat dimanfaatkan secara optimal oleh masyarakat setempat. Dengan demikian, diperlukan upaya pemberdayaan yang mampu meningkatkan kompetensi dan daya saing pelaku UMKM di kawasan Pantai Kartini.

Perkembangan teknologi digital saat ini telah mengubah pola perilaku konsumen dalam mencari, membandingkan, dan membeli produk, termasuk dalam sektor pariwisata dan UMKM (Habib & Sutopo, 2024; Yuliawan et al., 2025). Digital marketing menjadi salah satu strategi penting yang dapat digunakan pelaku UMKM untuk memperluas jangkauan pasar tanpa batasan geografis (Kusumawati et al., 2024; Susanti & Wardaningsih, 2021). Melalui pemanfaatan media sosial, *marketplace*, dan platform digital lainnya, pelaku usaha dapat mempromosikan produk secara lebih efektif, efisien, dan berbiaya rendah (Sholikah et al., 2023; Wahyudi et al., 2025). Selain itu, digital marketing juga memungkinkan interaksi langsung dengan konsumen sehingga dapat meningkatkan kepercayaan dan loyalitas pelanggan (Riyanto Nugroho & Kedua, 2025; Valentina et al., 2024). Dalam konteks UMKM di kawasan wisata seperti Pantai Kartini, pemanfaatan digital marketing menjadi sangat penting untuk menjangkau wisatawan tidak hanya saat berada di lokasi, tetapi juga sebelum dan sesudah kunjungan (Arianto et al., 2024; Hamdani et al., 2023). Oleh karena itu, kemampuan literasi digital menjadi faktor kunci dalam meningkatkan daya saing UMKM di era ekonomi digital.

Digital marketing juga memberikan peluang bagi UMKM untuk membangun *brand image* yang lebih kuat dan profesional di mata konsumen (Kusumawati et al., 2024; Safitri et al., 2025). Konten

promosi yang kreatif melalui foto, video, dan *storytelling* dapat meningkatkan daya tarik produk serta memperkuat identitas usaha (Sholika et al., 2023; Susanti & Wardaningsih, 2021). UMKM yang mampu mengoptimalkan strategi digital marketing akan lebih mudah bersaing dengan pelaku usaha lain, baik di tingkat lokal maupun nasional (Wahyudi et al., 2025). Hal ini sejalan dengan kebutuhan pasar yang semakin menuntut kecepatan informasi, kemudahan akses, dan pengalaman belanja yang praktis (Apriadi et al., 2025; Maqfiroh & Pudjoprastyono, 2025). Namun, masih banyak pelaku UMKM yang belum memiliki kemampuan dan pemahaman yang memadai untuk memanfaatkan teknologi digital secara optimal. Oleh karena itu, pelatihan dan pendampingan digital marketing menjadi bagian penting dalam upaya pemberdayaan UMKM agar mampu beradaptasi dengan perkembangan zaman dan meningkatkan keberlanjutan usaha mereka.

Strategi pemecahan masalah dilakukan melalui program pemberdayaan dan pelatihan yang berfokus pada peningkatan kapasitas sumber daya manusia pelaku UMKM (Padiku et al., 2023; Rahman et al., 2023). Kegiatan ini meliputi pelatihan manajemen usaha, pengembangan produk, pemasaran, serta penguatan pemanfaatan teknologi digital untuk mendukung aktivitas bisnis. Pendekatan partisipatif digunakan agar peserta dapat terlibat secara aktif dalam proses pembelajaran dan berbagi pengalaman dengan para pelaku usaha lainnya. Selain penyampaian materi, kegiatan ini juga disertai pendampingan untuk membantu mitra menerapkan pengetahuan yang diperoleh secara langsung. Program pelatihan dan pendampingan menjadi salah satu strategi yang efektif dalam meningkatkan kualitas sumber daya manusia dan produktivitas UMKM. Penguatan kapasitas tersebut diharapkan mampu meningkatkan kemampuan pelaku usaha dalam memanfaatkan potensi ekonomi berbasis pariwisata. Dengan demikian, UMKM di Pantai Kartini dapat berkembang secara berkelanjutan dan memiliki daya saing yang lebih baik.

Tabel 1. Analisis Situasi, Dampak dan Strategi dan Indikator Pengembangan Pelaku UMKM Pantai Kartini

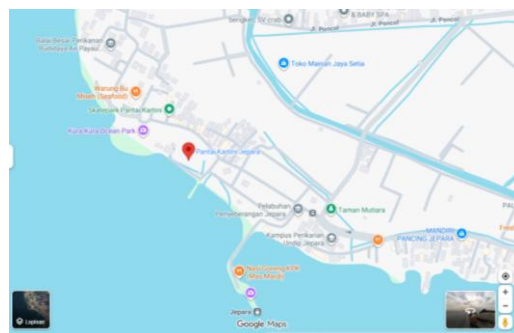
No.	Aspek Permasalahan	Kondisi yang Dihadapi Mitra	Dampak yang Ditimbulkan	Solusi yang Ditawarkan	Indikator Capaian
1	Manajemen Usaha	Sebagian pelaku UMKM masih mengelola usaha secara sederhana dan belum menerapkan perencanaan bisnis yang sistematis.	Pengelolaan usaha kurang efektif dan sulit berkembang secara berkelanjutan.	Pelatihan manajemen usaha dan penyusunan perencanaan bisnis sederhana.	Peserta mampu menyusun perencanaan usaha sederhana, memahami fungsi manajemen usaha, dan menerapkan target usaha jangka pendek.
2	Pemasaran Produk	Promosi produk masih mengandalkan penjualan langsung kepada wisatawan dan belum memanfaatkan	Jangkauan pasar terbatas dan penjualan bergantung pada jumlah kunjungan wisatawan.	Pelatihan digital marketing dan pemanfaatan media sosial untuk promosi produk.	Peserta mampu membuat konten promosi sederhana, memiliki akun media sosial usaha, serta memahami strategi unggahan

No.	Aspek Permasalahan	Kondisi yang Dihadapi Mitra	Dampak yang Ditimbulkan	Solusi yang Ditawarkan	Indikator Capaian
		pemasaran digital secara optimal.			produk untuk meningkatkan jangkauan pasar.
3	Inovasi Produk	Produk yang dijual masih memiliki variasi terbatas dan belum memiliki nilai tambah yang kuat.	Daya saing produk relatif rendah dibandingkan dengan produk sejenis dari daerah lain.	Pendampingan pengembangan produk dan peningkatan kualitas kemasan.	Peserta mampu mengembangkan variasi produk baru, memperbaiki desain kemasan, dan meningkatkan nilai tambah produk.
4	Literasi Digital	Sebagian pelaku UMKM belum terbiasa menggunakan platform digital dan marketplace dalam kegiatan usaha.	Kesempatan memperluas pasar melalui media digital belum dimanfaatkan secara maksimal.	Pelatihan penggunaan marketplace dan aplikasi pendukung usaha.	Peserta mampu membuat akun marketplace, mengunggah produk secara mandiri, dan menggunakan aplikasi digital untuk mendukung operasional usaha.
5	Pengelolaan Keuangan	Pencatatan keuangan masih dilakukan secara sederhana dan belum terpisah dari keuangan pribadi.	Pelaku usaha mengalami kesulitan dalam mengetahui keuntungan dan perkembangan usaha.	Pelatihan penyusunan laporan keuangan sederhana bagi UMKM.	Peserta mampu melakukan pencatatan pemasukan dan pengeluaran secara terpisah serta menyusun laporan keuangan sederhana.
6	Akses Pasar	Penjualan produk sangat dipengaruhi oleh tingkat kunjungan wisata ke Pantai Kartini.	Pendapatan UMKM cenderung fluktuatif, terutama pada musim wisatawan.	Diversifikasi saluran pemasaran melalui penjualan daring dan jejaring kemitraan.	Peserta memiliki alternatif saluran pemasaran selain penjualan langsung dan mampu menjalin kerja sama dengan mitra

No.	Aspek Permasalahan	Kondisi yang Dihadapi Mitra	Dampak yang Ditimbulkan	Solusi yang Ditawarkan	Indikator Capaian
pemasaran.					
7	Pemanfaatan Potensi Pariwisata	Potensi wisata Pantai Kartini belum dimanfaatkan secara optimal sebagai sarana penguatan identitas produk lokal.	Produk UMKM kurang memiliki ciri khas yang dapat menjadi daya tarik wisata.	Penguatan branding produk berbasis kearifan lokal dan identitas wisata Jepara.	Peserta mampu menerapkan identitas lokal Jepara pada produk, kemasan, maupun materi promosi sehingga produk memiliki ciri khas yang lebih kuat.

Sumber: Data diolah, 2026

Kegiatan pengabdian kepada masyarakat ini diharapkan memberikan manfaat bagi pelaku UMKM maupun masyarakat sekitar kawasan Pantai Kartini. Bagi mitra, kegiatan ini dapat meningkatkan pengetahuan dan keterampilan dalam mengelola usaha secara lebih profesional. Peningkatan kapasitas tersebut diharapkan berdampak pada peningkatan kualitas produk, perluasan pasar, serta peningkatan pendapatan pelaku usaha. Dari sisi masyarakat, berkembangnya UMKM akan memberikan dampak positif terhadap penciptaan lapangan kerja dan peningkatan kesejahteraan ekonomi lokal. Selain itu, keberadaan UMKM yang lebih kompetitif juga dapat memperkuat daya tarik destinasi wisata Pantai Kartini bagi wisatawan. Sinergi antara sektor pariwisata dan UMKM diharapkan mampu menciptakan pertumbuhan ekonomi daerah yang lebih inklusif dan berkelanjutan. Oleh karena itu, kegiatan pemberdayaan ini menjadi salah satu upaya strategis dalam mendukung pengembangan ekonomi lokal berbasis pariwisata di Kabupaten Jepara. Berdasarkan kondisi tersebut, rumusan masalah dalam kegiatan pengabdian ini adalah: (1) bagaimana meningkatkan kapasitas pelaku UMKM di kawasan Pantai Kartini dalam aspek manajemen usaha, pemasaran, literasi digital, inovasi produk, dan pengelolaan keuangan; (2) bagaimana memperluas akses pasar dan meningkatkan daya saing produk UMKM melalui pemanfaatan teknologi digital; serta (3) bagaimana mengoptimalkan potensi pariwisata Pantai Kartini sebagai sarana penguatan identitas dan pengembangan ekonomi lokal berbasis UMKM di Kabupaten Jepara.



Gambar 1. Lokasi Pelaksanaan Kegiatan Pantai Kartini, Kabupaten Jepara

Metode

Kegiatan pengabdian kepada masyarakat ini menggunakan pendekatan pemberdayaan masyarakat (*community empowerment*) melalui metode pelatihan dan pendampingan. Program dirancang untuk meningkatkan kapasitas pelaku Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah (UMKM) di kawasan Pantai Kartini Kabupaten Jepara dalam mendukung pengembangan ekonomi lokal berbasis pariwisata. Pelaksanaan kegiatan dilakukan secara partisipatif dengan melibatkan mitra secara aktif pada setiap tahapan kegiatan, mulai dari identifikasi kebutuhan, pelaksanaan pelatihan, hingga evaluasi hasil kegiatan.

Lokasi dan Waktu Pelaksanaan

Kegiatan pengabdian kepada masyarakat dilaksanakan di kawasan wisata Pantai Kartini, Kabupaten Jepara, Provinsi Jawa Tengah. Pemilihan lokasi didasarkan pada potensi kawasan wisata tersebut sebagai pusat aktivitas ekonomi masyarakat yang didukung oleh keberadaan berbagai UMKM. Pelaksanaan kegiatan berlangsung selama tiga hari, yaitu pada tanggal 11–13 Mei 2026.

Populasi dan Sampel

Populasi dalam kegiatan ini adalah seluruh pelaku UMKM yang menjalankan usaha di kawasan Pantai Kartini, Kabupaten Jepara. Sampel kegiatan terdiri atas pelaku UMKM yang bergerak di bidang kuliner, penjualan suvenir, kerajinan, serta produk olahan hasil laut yang bersedia mengikuti seluruh rangkaian kegiatan. Jumlah peserta yang terlibat dalam kegiatan ini sebanyak 30 pelaku UMKM. Teknik pengambilan sampel menggunakan purposive sampling, yaitu pemilihan peserta berdasarkan kriteria tertentu. Adapun kriteria peserta meliputi: (1) memiliki usaha aktif di kawasan Pantai Kartini, (2) telah menjalankan usaha minimal satu tahun, (3) bersedia mengikuti seluruh rangkaian pelatihan dan pendampingan, serta (4) memiliki komitmen untuk mengembangkan usaha yang dijalankan. Teknik ini dipilih agar kegiatan dapat tepat sasaran dan sesuai dengan kebutuhan mitra.

Tabel 2. Profil Pelaku UMKM Peserta Kegiatan

Karakteristik Peserta	Kategori	Jumlah (Orang)	Persentase (%)
Jenis Usaha	Kuliner	12	40,0
	Suvenir dan Oleh-oleh	8	26,7
	Kerajinan	5	16,7
	Produk Olahan Hasil Laut	5	16,7
Lama Menjalankan Usaha	1–3 tahun	9	30,0
	4–6 tahun	11	36,7
	> 6 tahun	10	33,3

	JLP : Jurnal Lentera Pengabdian Volume 04 No 02 April 2026 E ISSN:2985-6140 https://lenteranusa.id/	
---	--	---

Karakteristik Peserta	Kategori	Jumlah (Orang)	Persentase (%)
Usia Peserta	< 30 tahun	5	16,7
	30–40 tahun	11	36,7
	41–50 tahun	9	30,0
	> 50 tahun	5	16,7
Penggunaan Media Sosial untuk Usaha	Belum menggunakan media sosial	18	60,0
	Sudah menggunakan media sosial secara aktif	12	40,0
Tingkat Pendidikan	SMP/Sederajat	8	26,7
	SMA/SMK Sederajat	22	73,3
Total		30	100,0

Teknik Pengumpulan Data

Pengumpulan data dilakukan melalui beberapa teknik, yaitu:

1. Observasi, untuk mengidentifikasi kondisi awal UMKM dan permasalahan yang dihadapi oleh mitra.
2. Wawancara, untuk memperoleh informasi mengenai kebutuhan pelaku UMKM terkait pengelolaan usaha dan pengembangan kapasitas.
3. Dokumentasi, berupa pengumpulan data kegiatan, foto pelaksanaan, daftar hadir peserta, dan dokumen pendukung lainnya.
4. Kuesioner pre-test dan post-test evaluasi yang digunakan untuk mengetahui tingkat pemahaman dan kepuasan peserta setelah mengikuti pelatihan.

Tahapan Pelaksanaan Kegiatan

Pelaksanaan kegiatan dilakukan melalui beberapa tahapan sebagai berikut:

1. Tahap Persiapan
 - a. Melakukan survei awal dan mengidentifikasi kebutuhan mitra.
 - b. Berkoordinasi dengan pengelola kawasan Pantai Kartini dan pelaku UMKM.
 - c. Menyusun materi pelatihan serta menyiapkan sarana dan prasarana kegiatan.
2. Tahap Pelaksanaan
 - a. Penyampaian materi mengenai manajemen usaha dan pengembangan UMKM.
 - b. Pelatihan strategi pemasaran dan pemanfaatan media digital untuk promosi produk.
 - c. Diskusi dan berbagi pengalaman antarpeserta.
 - d. Pendampingan penerapan materi yang telah diberikan.

3. Tahap Evaluasi

- a. Mengukur tingkat pemahaman peserta melalui kuesioner evaluasi.
- b. Mengidentifikasi perubahan pengetahuan dan keterampilan peserta setelah pelatihan.
- c. Menyusun laporan hasil kegiatan sebagai bahan evaluasi dan tindak lanjut.

Alat dan Bahan yang Digunakan

Pelaksanaan kegiatan didukung oleh beberapa alat dan bahan, antara lain:

Alat

1. Laptop
2. Layar proyektor.
3. Pengeras suara (*speaker*) dan mikrofon.
4. Telepon pintar (*smartphone*) untuk praktik penggunaan media digital.
5. Kamera digital atau telepon pintar untuk dokumentasi kegiatan.

Bahan

1. Materi presentasi dalam bentuk file PowerPoint.
2. Kuesioner evaluasi peserta.
3. Alat tulis dan buku catatan peserta.
4. Spanduk kegiatan dan daftar hadir peserta.

Teknik Analisis Data

Data yang diperoleh dianalisis menggunakan analisis deskriptif kualitatif dan deskriptif kuantitatif. Data hasil observasi, wawancara, dan dokumentasi dianalisis secara kualitatif untuk menggambarkan kondisi mitra sebelum dan sesudah kegiatan. Sementara itu, data hasil kuesioner dianalisis secara deskriptif menggunakan persentase untuk mengetahui tingkat pemahaman dan kepuasan peserta terhadap pelaksanaan kegiatan. Data hasil kegiatan disajikan dalam bentuk uraian deskriptif, tabel, serta dokumentasi kegiatan. Penyajian data dilakukan untuk memberikan gambaran mengenai kondisi mitra, proses pelaksanaan kegiatan, serta hasil yang diperoleh setelah program pengabdian kepada masyarakat dilaksanakan.

Hasil

Kegiatan pengabdian kepada masyarakat dengan judul “Penguatan Kapasitas Pelaku UMKM di Pantai Kartini Jepara dalam Mendukung Pengembangan Ekonomi Lokal Berbasis Pariwisata” telah dilaksanakan pada tanggal 11–13 Mei 2026 di kawasan wisata Pantai Kartini, Kabupaten Jepara, Jawa Tengah. Kegiatan ini diikuti oleh 30 pelaku UMKM yang bergerak di bidang kuliner, kerajinan, penjualan souvenir, dan produk olahan hasil laut. Pelaksanaan program dilakukan melalui tiga tahapan, yaitu tahap persiapan, pelaksanaan, dan evaluasi. Seluruh rangkaian kegiatan berlangsung dengan baik dan mendapatkan respons positif dari peserta. Kegiatan ini bertujuan untuk meningkatkan kapasitas pelaku UMKM agar mampu memanfaatkan potensi pariwisata secara optimal dalam mendukung pengembangan ekonomi lokal.

1. Tahap Persiapan

Tahap persiapan diawali dengan pelaksanaan survei lapangan dan identifikasi kebutuhan mitra. Hasil observasi menunjukkan bahwa sebagian besar pelaku UMKM masih menghadapi kendala dalam pengelolaan usaha, pemasaran produk, dan pemanfaatan media digital. Tim pengabdian kemudian melakukan koordinasi dengan pelaku UMKM dan pihak terkait di kawasan Pantai Kartini untuk menentukan jadwal dan teknis pelaksanaan kegiatan. Selain itu, tim juga menyiapkan modul pelatihan,

materi presentasi, instrumen evaluasi, serta sarana pendukung lainnya. Tahap persiapan ini bertujuan agar kegiatan yang dilaksanakan sesuai dengan kebutuhan mitra dan dapat berjalan secara efektif.

Tabel 3. Persiapan Kegiatan

Tahapan Kegiatan	Aktivitas	Hasil Survei Awal/Temuan Utama	Output yang Dihasilkan
Persiapan	Survei lapangan dan identifikasi kebutuhan mitra	Ditemukan bahwa masalah yang paling dominan meliputi keterbatasan pemasaran digital, pencatatan keuangan yang masih sederhana, rendahnya inovasi produk, serta ketergantungan penjualan pada kunjungan wisatawan. Mitra menyepakati waktu pelaksanaan yang tidak mengganggu aktivitas usaha dan mendukung pelaksanaan program secara bersama-sama.	Diperoleh informasi mengenai permasalahan utama UMKM di Pantai Kartini
	Koordinasi dengan mitra dan pihak terkait	Materi difokuskan pada manajemen usaha, digital marketing, pengelolaan keuangan sederhana, dan penguatan branding produk lokal sesuai hasil identifikasi kebutuhan.	Tersusunnya jadwal dan mekanisme pelaksanaan kegiatan
	Penyusunan materi dan modul pelatihan	Instrumen evaluasi dirancang untuk mengukur peningkatan pengetahuan, keterampilan, serta tingkat kepuasan peserta terhadap kegiatan.	Tersedianya modul dan bahan pelatihan yang sesuai kebutuhan mitra
	Penyusunan instrumen evaluasi	Sarana pendukung seperti ruang pelatihan, perangkat presentasi, dan bahan praktik disiapkan sesuai jumlah peserta.	Tersedianya kuesioner dan perangkat evaluasi kegiatan
	Penyiapan sarana dan prasarana	Sebanyak 30 pelaku UMKM yang memenuhi kriteria bersedia mengikuti seluruh rangkaian pelatihan dan pendampingan.	Kesiapan pelaksanaan kegiatan secara optimal
	Rekrutmen dan konfirmasi peserta		Terbentuknya komitmen peserta untuk mengikuti kegiatan

Sumber: Data diolah, 2026

2. Tahap Pelaksanaan Kegiatan

Pelaksanaan kegiatan dilakukan selama tiga hari dengan materi yang disusun berdasarkan hasil identifikasi kebutuhan mitra. Pada hari pertama, peserta memperoleh materi mengenai pentingnya penguatan kapasitas UMKM dalam mendukung ekonomi lokal berbasis pariwisata serta pengelolaan usaha yang efektif. Materi yang diberikan mencakup perencanaan usaha, pengelolaan sumber daya, dan strategi mempertahankan keberlangsungan usaha.

Pada hari kedua, kegiatan difokuskan pada aspek pemasaran dan pengembangan usaha. Peserta memperoleh pelatihan mengenai strategi pemasaran, peningkatan kualitas produk, serta pentingnya membangun daya saing usaha di tengah persaingan industri pariwisata. Selain itu, peserta juga diberikan pemahaman mengenai pentingnya pelayanan kepada konsumen sebagai salah satu faktor yang memengaruhi kepuasan wisatawan.

Pada hari ketiga, kegiatan dilanjutkan dengan pelatihan pemanfaatan media digital sebagai sarana promosi usaha. Peserta diberikan pendampingan mengenai penggunaan media sosial dan platform digital untuk memperluas jangkauan pasar. Sesi diskusi dan tanya jawab berlangsung secara interaktif, sehingga peserta dapat menyampaikan berbagai permasalahan yang dihadapi dalam menjalankan usaha. Antusiasme peserta terlihat dari tingginya partisipasi selama kegiatan berlangsung.

Tabel 4. Pelaksanaan Kegiatan

Hari Pelaksanaan	Materi Kegiatan	Output yang Dihasilkan
Hari ke-1	Penguatan kapasitas UMKM dan pengelolaan usaha	Peserta memahami pentingnya manajemen usaha dan keberlanjutan bisnis berbasis pariwisata
	Perencanaan usaha dan pengelolaan sumber daya	Meningkatnya kemampuan peserta dalam mengelola usaha secara lebih efektif
Hari ke-2	Strategi pemasaran dan pengembangan usaha	Peserta memahami cara meningkatkan daya saing produk dan kualitas pelayanan
	Peningkatan kualitas produk dan pelayanan konsumen	Meningkatnya kesadaran peserta terhadap pentingnya kepuasan wisatawan
Hari ke-3	Pemanfaatan media digital untuk promosi usaha	Peserta mampu menggunakan media sosial sebagai sarana pemasaran
	Diskusi dan pendampingan usaha	Peserta memperoleh solusi atas permasalahan yang dihadapi dalam menjalankan usaha
	Partisipasi aktif peserta	Meningkatnya motivasi dan komitmen peserta untuk mengembangkan usaha secara berkelanjutan

Sumber: Data diolah, 2026



Gambar 2. Peserta Kegiatan PkM

3. Tahap Evaluasi Kegiatan

Evaluasi dilakukan untuk mengetahui tingkat pemahaman peserta terhadap materi yang telah diberikan. Berdasarkan hasil kuesioner evaluasi, sebagian besar peserta menyatakan bahwa materi yang diberikan sesuai dengan kebutuhan usaha yang dijalankan. Peserta juga menilai bahwa pelatihan yang diberikan mampu menambah wawasan dan pengetahuan mengenai pengelolaan usaha serta strategi pengembangan UMKM. Selain itu, peserta menunjukkan minat yang tinggi untuk menerapkan materi yang telah diperoleh dalam kegiatan usaha sehari-hari.

Tabel 5. Hasil Evaluasi Kegiatan

No.	Indikator Penilaian	Sebelum Pelatihan (Pre-Test)	Nilai Rata-rata Pre-Test	Sesudah Pelatihan (Post-Test)	Nilai Rata-rata Post-Test	Perubahan
1	Pemahaman manajemen usaha	Rendah – sebagian besar belum memahami perencanaan usaha secara sistematis	2,30	Tinggi – peserta memahami perencanaan, pengelolaan, dan keberlanjutan usaha	4,25	Meningkat signifikan
2	Pengetahuan pemasaran	Terbatas pada penjualan langsung kepada wisatawan	2,45	Meningkat dengan pemahaman strategi pemasaran dan branding	4,18	Meningkat signifikan

No.	Indikator Penilaian	Sebelum Pelatihan (Pre-Test)	Nilai Rata-rata Pre-Test	Sesudah Pelatihan (Post-Test)	Nilai Rata-rata Post-Test	Perubahan
produk						
3	Kemampuan digital marketing	Hampir tidak menggunakan media digital	2,10	Sudah mampu menggunakan media sosial untuk promosi produk	4,12	Meningkat signifikan
4	Pengelolaan keuangan usaha	Masih bercampur dengan keuangan pribadi	2,35	Sudah memahami pencatatan keuangan sederhana	3,95	Meningkat
5	Inovasi produk	Produk monoton dan kurang variasi	2,58	Mulai memahami pentingnya inovasi dan pengembangan produk	4,05	Meningkat
6	Akses pasar	Bergantung pada kunjungan wisatawan	2,20	Mulai memahami peluang pasar online dan luar daerah	4,10	Meningkat signifikan
7	Pemahaman branding produk	Belum memahami pentingnya branding	2,15	Sudah memahami konsep branding dan kemasan produk	4,20	Meningkat signifikan
Rata-rata Keseluruhan			2,30		4,12	Terjadi peningkatan kemampuan peserta

Pembahasan

Pelaksanaan kegiatan pengabdian kepada masyarakat menunjukkan bahwa peningkatan kapasitas sumber daya manusia merupakan salah satu faktor penting dalam pengembangan UMKM berbasis pariwisata. Melalui pelatihan dan pendampingan, pelaku UMKM memperoleh pengetahuan baru mengenai pengelolaan usaha dan strategi pengembangan bisnis yang lebih efektif. Kegiatan ini sejalan dengan konsep pemberdayaan masyarakat yang menempatkan masyarakat sebagai subjek utama dalam proses pembangunan ekonomi. Keberadaan UMKM di kawasan wisata Pantai Kartini

memiliki peran penting dalam mendukung aktivitas pariwisata dan meningkatkan pendapatan masyarakat lokal. Oleh karena itu, peningkatan kompetensi pelaku usaha menjadi kebutuhan yang sangat penting agar UMKM mampu bersaing dan beradaptasi dengan perkembangan lingkungan bisnis. Pendekatan pelatihan yang dilakukan secara partisipatif juga memberikan kesempatan kepada peserta untuk berbagi pengalaman dan solusi terhadap permasalahan yang dihadapi. Hasil kegiatan menunjukkan bahwa pelatihan dan pendampingan mampu meningkatkan pemahaman peserta mengenai pengelolaan usaha dan strategi pengembangan bisnis. Hal ini menunjukkan bahwa kegiatan pengabdian kepada masyarakat tidak hanya memberikan manfaat dalam jangka pendek, tetapi juga berpotensi memberikan dampak berkelanjutan terhadap peningkatan kualitas UMKM di kawasan Pantai Kartini. Dengan meningkatnya kapasitas pelaku usaha, diharapkan UMKM dapat berkontribusi lebih besar terhadap pengembangan ekonomi lokal berbasis pariwisata di Kabupaten Jepara. Secara umum, kegiatan pengabdian ini telah mencapai tujuan yang ditetapkan, yaitu meningkatkan kapasitas pelaku UMKM melalui pelatihan dan pendampingan. Program ini juga menjadi salah satu bentuk sinergi antara perguruan tinggi dan masyarakat dalam mendukung pembangunan ekonomi daerah yang berkelanjutan.

Temuan dalam kegiatan pengabdian ini sejalan dengan berbagai penelitian dan kegiatan pengabdian sebelumnya yang menunjukkan bahwa pelatihan digital marketing dan pendampingan usaha mampu meningkatkan literasi digital, kemampuan pemasaran, serta daya saing UMKM. Putra et al. (2023) melaporkan bahwa pelatihan digital marketing pada UMKM Desa Keramas berhasil meningkatkan literasi digital dan kemampuan peserta dalam memanfaatkan media digital untuk kegiatan pemasaran. Hasil serupa juga ditemukan oleh Arsyad et al. (2023) yang menunjukkan bahwa pendampingan literasi digital mampu mendorong transformasi UMKM melalui peningkatan keterampilan penggunaan teknologi digital dalam operasional usaha. Selain itu, Marisa (2022) menjelaskan bahwa workshop digital marketing dan kolaborasi antar pelaku UMKM dapat memperkuat strategi pemasaran serta meningkatkan kemampuan pelaku usaha dalam melakukan transaksi secara digital. Temuan-temuan tersebut memperkuat hasil kegiatan pengabdian di Pantai Kartini Kabupaten Jepara, yang menunjukkan bahwa peningkatan kompetensi digital menjadi faktor penting dalam mendukung keberlanjutan dan daya saing UMKM berbasis pariwisata. Dengan demikian, pendekatan pelatihan dan pendampingan yang dilakukan secara partisipatif dapat menjadi strategi yang efektif dalam mendorong transformasi UMKM menuju usaha yang lebih adaptif, inovatif, dan berdaya saing di era ekonomi digital.

Hasil kegiatan juga menunjukkan adanya peningkatan motivasi dan kesiapan pelaku UMKM dalam mengadopsi teknologi digital sebagai bagian dari strategi pengembangan usaha. Peserta mulai memahami pentingnya pemanfaatan media sosial dan platform digital dalam memperluas jangkauan pemasaran serta meningkatkan daya saing produk di era ekonomi digital. Perubahan ini terlihat dari antusiasme peserta dalam mengikuti sesi praktik dan diskusi, terutama terkait penerapan strategi pemasaran digital untuk produk mereka. Kondisi ini menunjukkan bahwa intervensi berupa pelatihan dan pendampingan tidak hanya meningkatkan aspek pengetahuan, tetapi juga mendorong perubahan sikap dan perilaku dalam pengelolaan usaha. Dengan demikian, penguatan kapasitas melalui pendekatan berbasis partisipatif menjadi strategi yang efektif dalam mendukung transformasi UMKM menuju usaha yang lebih adaptif, inovatif, dan berdaya saing tinggi di kawasan wisata Pantai Kartini Kabupaten Jepara.

Sebagai tindak lanjut, dalam satu bulan setelah pelaksanaan kegiatan akan dilakukan monitoring dan pendampingan lanjutan untuk mengevaluasi penerapan hasil pelatihan oleh peserta. Kegiatan tindak lanjut tersebut meliputi pemantauan penggunaan media sosial sebagai sarana promosi, evaluasi penerapan pencatatan keuangan sederhana, serta pendampingan pengembangan konten pemasaran digital dan branding produk. Selain itu, tim pengabdian akan melakukan komunikasi berkala dengan pelaku UMKM untuk mengidentifikasi kendala yang dihadapi selama proses implementasi sehingga

solusi yang lebih tepat dapat diberikan. Tindak lanjut ini diharapkan mampu memastikan keberlanjutan program dan meningkatkan efektivitas penguatan kapasitas pelaku UMKM di kawasan Pantai Kartini Kabupaten Jepara.

Kesimpulan

Kegiatan Pengabdian kepada Masyarakat dengan tema “Penguatan Kapasitas Pelaku UMKM di Pantai Kartini Jepara dalam Mendukung Pengembangan Ekonomi Lokal Berbasis Pariwisata” telah terlaksana dengan baik dan memberikan dampak positif bagi pelaku UMKM di kawasan Pantai Kartini Kabupaten Jepara. Hasil kegiatan menunjukkan adanya peningkatan pengetahuan dan keterampilan peserta pada berbagai aspek pengelolaan usaha. Peningkatan yang paling menonjol terlihat pada pemahaman manajemen usaha, kemampuan promosi digital melalui media sosial, pemahaman mengenai pentingnya branding dan kemasan produk, serta kesadaran untuk memisahkan keuangan pribadi dengan keuangan usaha melalui pencatatan keuangan sederhana. Peningkatan kapasitas tersebut memberikan implikasi praktis bagi pelaku UMKM, yaitu meningkatnya kemampuan dalam mengelola usaha secara lebih profesional, memperluas jangkauan pemasaran, meningkatkan daya saing produk, serta mengurangi ketergantungan penjualan terhadap jumlah kunjungan wisatawan. Selain itu, penguatan identitas produk berbasis potensi lokal diharapkan dapat mendukung pengembangan destinasi wisata Pantai Kartini dan mendorong pertumbuhan ekonomi masyarakat secara berkelanjutan. Sebagai tindak lanjut, diperlukan program pendampingan yang berkesinambungan, khususnya dalam optimalisasi pemasaran digital, pengembangan inovasi produk, penguatan jejaring kemitraan, serta pemanfaatan marketplace untuk memperluas akses pasar. Perguruan tinggi, pemerintah daerah, dan pemangku kepentingan lainnya diharapkan dapat terus bersinergi dalam mendukung pemberdayaan UMKM sehingga tercipta ekosistem ekonomi lokal berbasis pariwisata yang lebih inklusif dan berdaya saing di Kabupaten Jepara.

Daftar Pustaka

- Apriadi, E. A., Sopian, E., Prasetyo, Y. D., Chairunisa, C., & Julianto, R. (2025). Penguatan Kapasitas UMKM Pulau Sebesi melalui Digital Marketing dan E-commerce. *Jurnal Abdi Masyarakat Saburai (JAMS)*, 6(02). <https://doi.org/10.24967/jams.v6i02.4617>
- Arianto, B., Latif, N., Estiasih, S. P., & Kurniawan, W. O. (2024). Penguatan Orientasi Kewirausahaan pada Pelaku UMKM di Kelurahan. *Ekobis Abdimas Jurnal Pengabdian Masyarakat Volume*, 5(1).
- Arsyad, A. A. J., Tamrin, U., & Sari, S. A. S. (2023). Transformasi UMKM melalui pendampingan keterampilan literasi digital. *KAREBA: Jurnal Ilmu Komunikasi*, 12(2), 180–191. <https://journal.unhas.ac.id/index.php/kareba/article/view/31402>
- Habib, M. A. F., & Sutopo, S. (2024). Pembinaan UMKM dalam Aspek Komunikasi sebagai Wujud Pemberdayaan Perempuan di Sekitar Kawasan Wisata Pantai. *Journal of Islamic Tourism Halal Food Islamic Travelling and Creative Economy*, 4(1). <https://doi.org/10.21274/ar-rehla.v4i1.9640>
- Hamdani, M. L., Partini, S., Utomo, A. S., Wuryanto, T., Khasanah, C. U., & Mursidi, M. A. (2023). Pelatihan Digital Marketing bagi Pelaku UMKM Kelurahan Banjarsari Kota Surakarta. *NGABDI: Scientific Journal of Community Services*, 1(3).
- Kusumawati, I., Puspitasari, H. P., Soesilawati, P., Ramadhanii, F. A., & Rullyansyah, S. (2024). Pemberdayaan Industri Herbal Skala Mikro (UMKM) Melalui Pelatihan Digital Marketing Strategi. *CARADDE: Jurnal Pengabdian Kepada Masyarakat*, 7(1).

- Marisa, F. (2022). Peningkatan strategi pemasaran melalui workshop digital marketing dan kolaborasi pada Asosiasi UMKM “Akukarlos” Kabupaten Malang. *Jurnal Aplikasi dan Inovasi IPTEKS SOLIDITAS (J-SOLID)*, 5(2), 307–314. <https://doi.org/10.31328/js.v5i2.4061>
- Maqfiroh, L., & Pudjoprastyono, H. (2025). Empowerment Pelaku UMKM di Kelurahan Pakal melalui Sosialisasi Digital Marketing . *Ganesha: Jurnal Pengabdian Masyarakat*, 5(1). <https://doi.org/10.36728/ganesha.v5i1.4403>
- Padiku, I. R., Ahaliki, B., Zakaria, A., & Tuloli, Mohammad S. (2023). Pemberdayaan Masyarakat Desa Waluhu Melalui Pengembangan Profil Desa Terintegrasi Untuk Meningkatkan Potensi Ekonomi Berbasis Pariwisata Di Kawasan Bone Pesisir Teluk Tomini. *DEVOTION: Jurnal Pengabdian pada Masyarakat*, 2(2).
- Rahman, E., Machmud, R., & Isa, R. A. (2023). Pemberdayaan UMKM Penunjang Pariwisata Berbasis Masyarakat Sebagai Tindak Lanjut Sustainable Tourism Management di Kawasan Pesisir Teluk Tomini. *Mopolayio : Jurnal Pengabdian Ekonomi*, 3(1). <https://doi.org/10.37479/mopolayio.v3i1.77>
- Putra, I. G. J. E., Erawan, A. P. D., Aditya, I. G. W., Juniarta, I. W., Permana, I. M. A. S., & Baskara, I. M. W. (2023). Pelatihan digital marketing dalam upaya meningkatkan literasi digital UMKM Desa Keramas. *BERNAS: Jurnal Pengabdian Kepada Masyarakat*, 4(1), 200–205. <https://doi.org/10.31949/jb.v4i1.3880>
- Riyanto Nugroho, O., & Kedua, P. (2025). Pemberdayaan UMKM Flocas Bouquet Melalui Strategi Marketing Digital. *JURNAL SOCIETAS: Jurnal Pengabdian Masyarakat*, 1(1).
- Safitri, E., Ramadania, R., Sari, D. N., Almaira, E., & Sandra, A. V. (2025). Strategi Pemberdayaan UMKM Madu Kelulut Bahagia melalui Transformasi Digital Marketing. *Community Development Journal: Jurnal Pengabdian Masyarakat*, 6(2). <https://doi.org/10.31004/cdj.v6i2.36880>
- Sholikah, R., Ulhaq, I. D., & Laili, N. (2023). Pemberdayaan Pelaku UMKM Melalui Digital Marketing. *Al-Ijtima': Jurnal Pengabdian Kepada Masyarakat*, 3(2). <https://doi.org/10.53515/aijpkm.v3i2.64>
- Susanti, R., & Wardaningsih, S. S. (2021). Strategi Pemasaran UMKM Melalui Digital Marketing. *Экономика Региона*, (1).
- Valentina, A., Suryaningsih, S., Pangestoeti, W., Yahya, G. Y., & Rolisti, D. (2024). Pelatihan Digital Marketing dalam Rangka Penguatan Kapasitas UMKM Desa E kang Anculai. *Khidmat: Journal of Community Service*, 1(1). <https://doi.org/10.31629/khidmat.v1i1.6972>
- Wahyudi, I., Pranoto, A., Badrawada, I. G. G., Sholeh, M., & ... (2025). Pemberdayaan UMKM melalui Penguasaan Strategi Digital Marketing di Kelurahan Madurejo. *Madaniya*.
- Yuliawan, E., Winardi, M. A., & Karyadi, H. (2025). Practice, Experience, & Talent meet. *Tpet Journal (Where Theory*, 5. <https://doi.org/10.58890/tpet.v5i1.438>