

## Pelatihan dan Pendampingan Digitalisasi dalam Pemanfaatan Platform Digital pada Pelaku Usaha UMKM di kelurahan Kalijudan

Azarine Tahniah Setiawan & Acep Samsudin

Universitas Pembangunan Nasional “Veteran” Jawa Timur, Indonesia

azarinetahnia58@gmail.com

### ABSTRAK

UMKM di Indonesia memiliki potensi dan pengaruh yang besar bagi pendapatan di Indonesia maka dari itu UMKM harus dimanfaatkan dengan baik. Penggunaan dan pemanfaatan platform digital menjadi salah satu upaya kelurahan Kalijudan kecamatan Mulyorejo untuk meningkatkan jumlah konsumen dan juga dapat meningkatkan pendapatan desa dengan begitu dapat mensejahterakan masyarakat Kelurahan Kalijudan. Melalui Pelatihan dan Pendampingan Digitalisasi Dalam Pemanfaatan Platform Digital Pada Pelaku Usaha UMKM di Kelurahan Kalijudan saya dari kelompok KKN Universitas Pembangunan Nasional administrasi Bisnis sebagai salah satu bentuk pengabdian mahasiswa pada masyarakat bertujuan untuk memaksimalkan potensi UMKM agar dapat beradaptasi dan bersaing di pasar berbasis digital. Metode yang digunakan yaitu dengan metode pendekatan langsung terjun ke masyarakat, Implementasi, Pelatihan dan Pendampingan diharapkan dengan metode seperti itu pelaku usaha UMKM bias memahami dan mempraktekkan. Tahapan Pelatihan dan Pendampingan Digitalisasi dalam pemanfaatan platform digital dilakukan secara 4 tahap, tahap pertama pemberian materi digitalisasi, tahapan kedua pembuatan logo UMKM melalui canva, tahap ketiga pelatihan penggunaan aplikasi Canva, dan tahap terakhir pelatihan pengambilan ambil video dan penggunaan aplikasi Capcut untuk mengedit video produk. Dengan adanya pelaksanaan dan pendampingan digitalisasi dalam pemanfaatan platform digital diharapkan dapat meningkatkan kualitas sumber daya manusia dikelurahan Kalijudan.

Kata Kunci: Digitalisasi, UMKM, Platform Digital.

### ABSTRACT

UMKM in Indonesia have significant potential and influence on the country's revenue; therefore, they must be utilized effectively. The use and optimization of platform digital are among the initiatives of Kelurahan Kalijudan, Kecamatan Mulyorejo, to increase the number of consumers and enhance the village's income, ultimately improving the welfare of the Kelurahan Kalijudan community. Through Pelatihan dan Pendampingan Digitalisasi in utilizing platform digital for UMKM actors in Kelurahan Kalijudan, we, from the KKN Universitas Pembangunan Nasional's Business Administration group, aim to maximize the potential of UMKM so that they can adapt and compete in the digital market. The method used involves a direct community approach, including implementation, training, and assistance, with the hope that UMKM actors will understand and practice the lessons. The Digitalisasi training and assistance process is carried out in four stages: the first stage is providing material on Digitalisasi, the second stage involves creating UMKM logo using Canva, the third stage focuses on training in the use of the Canva application, and the final stage is training on video recording and editing using Capcut to enhance product marketing. The implementation of Digitalisasi assistance in utilizing platform digital is expected to improve the quality of human resources in Kelurahan Kalijudan.

Keywords: Digitalazation, UMKM, Digital Platform.



Hal: 603-609

## PENDAHULUAN

Digitalisasi adalah penerapan teknologi digital yang bermanfaat di berbagai sektor kehidupan, terutama dalam bidang kewirausahaan, mulai dari produksi hingga pemasaran (Utami, 2022). Pelaku bisnis kini memanfaatkan teknologi digital agar dapat tetap bersaing di era digital. Oleh karena itu, UMKM perlu mengikuti perkembangan digitalisasi untuk bertahan dan bersaing, meskipun proses ini masih memerlukan banyak persiapan. Teknologi informasi di era Industri 4.0 memberikan kemudahan bagi UMKM untuk mengubah strategi penjualan ke sistem online (Febriandirza, 2020). Kemampuan adaptasi terhadap teknologi menjadi faktor penting bagi UMKM untuk bertahan, dan banyak yang berhasil berkat ketekunan, kerja keras, serta sifat pantang menyerah (Marten Taha, 2021).

UMKM memiliki peran penting dalam meningkatkan perekonomian serta mengurangi tingkat pengangguran (Erik Hidayat, 2016). Penelitian World Bank (2016) menunjukkan bahwa UMKM berkontribusi sebesar 60-70% terhadap Produk Domestik Bruto (PDB) dan menyerap 80-90% tenaga kerja. Hal ini menegaskan potensi besar UMKM di Indonesia untuk mendukung peningkatan pendapatan nasional serta menciptakan lapangan kerja baru. Jika dikembangkan secara optimal, UMKM dapat bersaing di pasar internasional.

Masyarakat sebagai pemangku kepentingan utama berperan penting dalam keberhasilan UMKM. Menurut Mardikanto (2014), bentuk partisipasi masyarakat dapat meliputi diskusi kelompok, keterlibatan dalam organisasi, dan pengambilan keputusan. Namun, di Indonesia masih banyak masyarakat yang belum familiar dengan penggunaan platform digital. Oleh karena itu, pelatihan teknologi sangat diperlukan agar masyarakat dapat

mendukung UMKM dalam bersaing secara digital.

Selain itu, perkembangan digitalisasi telah memberikan dampak signifikan pada UMKM dalam meningkatkan akses ke pasar yang lebih luas. Dengan adanya platform digital, UMKM tidak hanya dapat menjual produk secara lokal, tetapi juga menembus pasar internasional. Platform digital menyediakan kesempatan bagi UMKM untuk memperluas jangkauan produk mereka melalui pemasaran berbasis media sosial dan e-commerce, yang menghubungkan mereka dengan konsumen secara global. Ini memungkinkan pelaku UMKM untuk berinteraksi langsung dengan pelanggan, mengumpulkan umpan balik, dan menyesuaikan produk atau layanan mereka sesuai kebutuhan pasar.

Namun, tantangan dalam adopsi digitalisasi bagi UMKM masih cukup besar. Banyak pelaku usaha UMKM yang masih kurang paham atau terampil dalam memanfaatkan teknologi digital. Oleh karena itu, dibutuhkan program pelatihan dan pendampingan yang berkelanjutan agar UMKM dapat memanfaatkan teknologi dengan optimal. Selain pelatihan, dukungan dari pemerintah dalam bentuk regulasi yang memfasilitasi pengembangan UMKM di era digital juga diperlukan untuk mendorong pertumbuhan yang berkelanjutan.

Seiring meningkatnya jumlah pengguna internet dan media sosial di Indonesia, UMKM memiliki peluang besar untuk memanfaatkan potensi ini dalam meningkatkan brand awareness dan penjualan produk. Pemanfaatan strategi digital yang tepat dapat membantu UMKM mengembangkan skala usaha mereka, mengoptimalkan biaya pemasaran, serta memperkuat daya saing di pasar yang semakin kompetitif. Dengan transformasi digital, UMKM dapat

berinovasi lebih cepat dan tanggap terhadap perubahan tren konsumen, yang pada akhirnya mendukung pertumbuhan ekonomi secara lebih luas.

## **METODE PENELITIAN**

Metode penelitian yang digunakan dalam jurnal Pelatihan dan Pendampingan Digitalisasi dalam Pemanfaatan Platform Digital pada Pelaku Usaha UMKM di kelurahan Kalijudan menerapkan pendekatan yang bersifat partisipatif, praktis, dan berkelanjutan. Penelitian ini dimulai dengan identifikasi kebutuhan UMKM, khususnya ibu rumah tangga yang bergerak dalam usaha kecil seperti produksi aksesoris semacam bros serta ada yang menjual makanan pakcoy. Kegiatan dilakukan dengan cara memberikan pelatihan intensif mengenai penggunaan platform digital, yang mencakup berbagai aspek mulai dari cara memperjual belikan di marketplace hingga bagaimana cara membuat logo yang baik dan benar agar sumber daya manusia di kelurahan Kalijudan semakin mengerti perkembangan digitalisasi di era sekarang. Metode penelitian ini mengkombinasikan teori dan praktik.



Gambar 1. Sosialisasi produk UMKM

## **Metode Pelaksanaan**

Metode pelaksanaan kegiatan pengabdian kepada masyarakat di Kelurahan Kalijudan ini dilakukan dengan pelatihan dan praktik langsung, yang tahapan pelaksanaan dapat didiskripsikan sebagai berikut :

- a. Tahap pertama melibatkan pemberian materi mengenai dasar-dasar digitalisasi, manfaat teknologi dalam usaha, serta penggunaan aplikasi digital yang relevan.
- b. Tahap kedua berfokus pada pelatihan praktis, di mana peserta diajarkan secara langsung cara menggunakan berbagai platform digital, seperti canva, capcut, dan cara meningkatkan kualitas produk.
- c. Tahap ketiga adalah proses pendampingan berkelanjutan, di mana memastikan bahwa para pemilik UMKM dapat mengimplementasikan teknologi yang telah dipelajari dalam menjalankan bisnis sehari-hari.

Selain itu, metode ini juga menggunakan evaluasi periodic untuk memantau perkembangan kemampuan peserta dan memastikan bahwa keterampilan yang diperoleh dapat diaplikasikan secara mandiri dalam jangka panjang. Melalui proses yang berkelanjutan dan interaktif ini, diharapkan

## **HASIL DAN PEMBAHASAN**

### **Hasil**

1. Peningkatan Pengetahuan tentang Digitalisasi:  
Setelah pelatihan, pelaku UMKM di Kelurahan Kalijudan menunjukkan peningkatan pemahaman tentang penggunaan platform digital dalam usaha mereka. Mereka mulai mengenal berbagai aplikasi pemasaran digital seperti marketplace dan media sosial, yang dapat membantu memperluas jangkauan konsumen.
2. Peningkatan Keterampilan Teknis: Para

peserta pelatihan mampu mempraktikkan secara langsung beberapa keterampilan baru, seperti pembuatan logo UMKM menggunakan Canva, serta pengambilan dan pengeditan video produk menggunakan aplikasi Capcut. Kemampuan teknis ini dianggap penting untuk menciptakan citra yang lebih profesional dalam pemasaran produk mereka.

3. Adaptasi Terhadap Teknologi Digital: Banyak pelaku UMKM yang sebelumnya tidak akrab dengan teknologi digital mulai merasa lebih percaya diri untuk memanfaatkan platform online dalam menjalankan usaha mereka. Hal ini tercermin dari peningkatan jumlah UMKM yang mulai memasarkan produk secara online, baik melalui media sosial maupun e-commerce.
4. Tanggapan Positif dari Peserta: Pelaku UMKM merespons positif pelatihan ini karena merasa bahwa digitalisasi membantu mereka mengelola usaha dengan lebih efektif, terutama dalam hal pemasaran dan peningkatan interaksi dengan pelanggan. Ini juga memberi mereka alat untuk bersaing dalam pasar yang semakin digital.

#### **Pembahasan:**

1. Manfaat Digitalisasi untuk UMKM: Hasil pelatihan ini menunjukkan bahwa digitalisasi sangat membantu dalam meningkatkan daya saing UMKM, terutama dalam menjangkau pasar yang lebih luas dan efisien. Penggunaan teknologi digital mampu mengatasi keterbatasan pemasaran tradisional, terutama dalam hal biaya dan waktu.
2. Kendala yang Dihadapi: Meskipun pelatihan memberikan manfaat signifikan, beberapa kendala tetap muncul, seperti keterbatasan

sumber daya manusia yang masih belum sepenuhnya siap dalam hal literasi digital. Beberapa pelaku UMKM juga menghadapi hambatan dalam hal akses terhadap perangkat teknologi yang diperlukan.

3. Dampak Jangka Panjang: Melalui pendampingan berkelanjutan, program ini berpotensi memberikan dampak jangka panjang yang positif bagi UMKM di Kelurahan Kalijudan. Pengembangan keterampilan digital tidak hanya membantu mereka dalam aspek pemasaran, tetapi juga membuka peluang baru untuk mengembangkan bisnis secara lebih inovatif dan kompetitif.

Secara keseluruhan, pelatihan ini berhasil meningkatkan kapasitas digital pelaku UMKM, namun dibutuhkan pendampingan lanjutan untuk memastikan adaptasi teknologi dilakukan secara berkelanjutan dan menyeluruh. penelitian terdahulu yang relevan, atau dengan realita di lapangan, komentar dan analisis logis dari peneliti.

Tabel 1. Kegiatan & Hasil penelitian di kelurahan Kalijudan.

No	Kegiatan	Hasil
1	Koordinasi dengan pihak kecamatan	Pihak kecamatan bersedia untuk mem-bantu berkoordinasi dengan warga setempat di kelurahan kalijudan
2	Koordinasi dengan warga setempat yang mempunyai usaha UMKM	Pelaku UMKM menunjukan produk-produk yang dimilikinya.
3.	Pelaksanaan kegiatan	Melakukan proses pembuatan logo untuk pihak UMKM. Membantu untuk proses editing produk UMKM menggunakan capcut.



Gambar 1. Menunjukkan produk UMKM



Gambar 2. Tahapan kegiatan UMKM



Gambar 3. Logo untuk UMKM Accessories



Gambar 4. Logo untuk UMKM Sawi Pakcoy

## KESIMPULAN

Kegiatan pelatihan dan pendampingan digitalisasi bagi pelaku UMKM di Kelurahan Kalijudan dilakukan melalui beberapa langkah pengumpulan data, termasuk survei untuk menilai kebutuhan pelaku usaha, wawancara, dan observasi langsung terhadap praktik usaha yang ada. Metode yang digunakan terdiri dari pelatihan praktis dan pendampingan berkelanjutan dalam pemanfaatan platform digital untuk pemasaran produk, dengan fokus pada peningkatan keterampilan sumber daya manusia di bidang digital. Kontribusi utama dari kegiatan ini terlihat dalam peningkatan kemampuan digital dan manajerial pelaku UMKM, yang secara signifikan meningkatkan pemasaran produk dan memperluas akses mereka ke pasar. Namun, kegiatan ini juga menghadapi beberapa keterbatasan, seperti infrastruktur teknologi yang kurang memadai dan rendahnya literasi digital di kalangan sebagian pelaku UMKM, yang dapat menghambat penerapan teknologi secara optimal. Untuk kegiatan pengabdian di masa mendatang, disarankan agar fokus lebih diarahkan pada peningkatan akses terhadap teknologi dan penyediaan lebih banyak sumber daya pendidikan serta pelatihan lanjutan untuk mendukung UMKM dan meningkatkan kapasitas sumber daya manusia. Selain itu, cakupan pekerjaan di masa depan perlu mencakup pengembangan program kolaborasi dengan lembaga pendidikan dan pemerintah untuk memastikan keberlanjutan dan peningkatan kapasitas UMKM secara menyeluruh dalam menghadapi tantangan di era digital yang terus berkembang.

## **UCAPAN TERIMAKASIH**

Puji syukur kami panjatkan kepada Tuhan Yang Maha Esa atas rahmat-Nya sehingga penulisan jurnal ini dapat diselesaikan dengan baik. Saya ingin menyampaikan ucapan terima kasih yang sebesar-besarnya kepada Dr. Acep Samsudin,S.Sos, M.M,M.A dosen pembimbing saya, atas bimbingan, arahan, dan dukungan yang luar biasa selama proses penelitian ini. Pengalaman dan pengetahuan yang Bapak bagikan sangat berharga dalam membantu kami menyusun penelitian ini dengan baik. Saya juga mengucapkan terima kasih kepada Bapak Lurah dan seluruh jajaran staf Kelurahan Kalijudan, Kecamatan Mulyorejo atas izin, dukungan, dan fasilitas yang diberikan. Kesediaan Bapak dan Ibu untuk meluangkan waktu serta memberikan data yang diperlukan sangat membantu kelancaran penelitian ini. Tidak lupa, Saya berterima kasih kepada masyarakat Kelurahan Kalijudan yang berpartisipasi aktif dalam wawancara dan survei. Partisipasi mereka memberikan wawasan berharga yang menjadi dasar penelitian ini. Semoga hasil penelitian ini bermanfaat bagi pengembangan masyarakat di Kelurahan Kalijudan.

## **DAFTAR PUSTAKA**

- Aisyah, S., & Rachmadi, K. R. (2022). Digitalisasi Pemasaran Melalui Sosial Media Marketing pada Pelaku Umkm Guna Peningkatan Pendapatan. RESWARA: Jurnal Pengabdian Kepada Masyarakat, 3(2), 442–448. <https://doi.org/10.46576/rjpkm.v3i2.1866>
- Aras Prabowo, M., Robin, M., Rohman, F., Permana, G., Tamam Qomaruddin, M., & Rahma, D. (n.d.). Peran Pengabdian Masyarakat dalam Pemberdayaan Usaha Mikro Kecil Menengah (UMKM). In Jakarta, Indonesia (Vol. 4).
- Budiwitjaksono, G. S., Putri, R. A., Anindiyadewi, N. C., Pamuji, A. S. A., & Anggrainy, N. P. (2022). Pemberdayaan Masyarakat dalam Mengembangkan UMKM Melalui Digitalisasi di Kelurahan Benowo Kecamatan Pakal Kota Surabaya. Literasi: Jurnal Pengabdian Masyarakat Dan Inovasi, 2(2), 615–624. <https://doi.org/10.58466/literasi.v2i2.367>
- Ramadhany, E. D., Arief, M. H., Nugroho, D. M., & Laily, N. F. (2023a). Digitalisasi Umkm Melalui Penggunaan Media Sosial Dan Google Maps Untuk Meningkatkan Visibilitas dan Efektifitas Penyebaran Informasi Bisnis. SWARNA: Jurnal PengabdianKepada Masyarakat, 2(9), 969–974. <https://doi.org/10.55681/swarna.v2i9.875>
- Ramadhany, E. D., Arief, M. H., Nugroho, D. M., & Laily, N. F. (2023b). Digitalisasi Umkm Melalui Penggunaan Media Sosial dan Google Maps Untuk Meningkatkan Visibilitas dan Efektifitas Penyebaran Informasi Bisnis. SWARNA: Jurnal Pengabdian Kepada Masyarakat, 2(9), 969–974. <https://doi.org/10.55681/swarna.v2i9.875>
- Riyanto, S., Nur, M., Azis, L., & Putera, A. R. (2022). Pendampingan UMKM dalam Penggunaan Digital Marketing pada Komunitas UMKM di Kabupaten Madiun. In Jurnal Pengabdian Kepada Masyarakat (Vol. 5, Issue1). [http://ejournal.bsi.ac.id/ejurnal/index.php/abdi\\_mas](http://ejournal.bsi.ac.id/ejurnal/index.php/abdi_mas)
- Sendi, M., Carolin, I. G., Ramadani, R., Fahri, M., & Wardana, E. D. (2022). Pelatihan dan Pendampingan Digitalisasi dalam Pemanfaatan Platform Digital pada Pelaku Usaha UMKM di Desa Salo Palai. Jurnal Pengabdian Kepada Masyarakat Nusantara , 3(2.1 Desember), 878-882.

- Budiwitjaksono, G. S., Putri, R. A., Anindiyadewi, N. C., & Anggrainy, N. P. (2022). Pemberdayaan Masyarakat dalam Mengembangkan UMKM Melalui Digitalisasi di Kelurahan Benowo Kecamatan Pakal Kota Surabaya. Literasi: Jurnal Pengabdian Masyarakat dan Inovasi, 2(2), 615-624.
- Rahmawati, R. R. S. (2023). Digitalisasi pembukuan keuangan pada UMKM di Bantul Jurnal Pengabdian kepada Masyarakat Nusantara, 4(4), 4055-4060.
- Zai, S. N. P., Sutipa, E., Eko, Z. A., & Sukmajati, A. (2021). Pelatihan platform digital bisnis dan aplikasi keuangan pada UMKM jaringan muda Wonosari-Delanggu di masa pandemi COVID-19. Budimas: Jurnal Pengabdian Masyarakat, 3(2), 303-308.
- Mulyono, I. U. W., Susanto, A., Widyatmoko, K., & Ningrum, N. K. (2023). Digitalisasi Pelayanan Publik dan Digital Marketing Produk UMKM Desa Karangpaket, Kec. Trucuk, Kab. Klaten. Jurnal Nasional Pengabdian Masyarakat Ilmu Komputer (JNPMIK), 2(1), 25-33.
- Utomo, S. B., Suprihadi, H., & Dewi, M. A. (2022). Pelatihan Pengembangan Paguyuban UMKM Bertransformasi Menjadi Digitalisasi Koperasi Produsen di Kota Surabaya. Jurnal Pengabdian Masyarakat (ABDIRA), 2(1), 298-304.
- Handayani, A. D. (2023). Digitalisasi UMKM: Peningkatan Kapasitas melalui Program Literasi Digital. Jurnal Signal, 11(1), 104-119.
- Amiroh, I., Rahayu, D. R., Winarno, A., & Hermawan, A. (2022). Digitalisasi Pemasaran Serta Pendampingan Manajemen Usaha Pada Umkm Angkringan Kms Di Tumpang Kabupaten Malang. Jurnal Pemantik, 1(2), 154-168.
- Tarigan, M. I. (2022). Pembinaan dan Pendampingan Pembuatan Nomor Induk Berusaha dalam rangka Digitalisasi UMKM, Sumatera Utara. Akuntansi dan Humaniora: Jurnal Pengabdian Masyarakat, 1(3), 156-160.
- Abed, M. Y., Maulidah, F., Madina, N. I., Fitriyah, R. H., Fikri, A., Syafitri, N. A., ... & Budiwitjaksono, G. S. (2022). Pelatihan Kewirausahaan Berbasis Digital Marketing Pada UMKM Di Kecamatan Lakarsantri: Praktik Kuliah Kerja Nyata. Jurnal Pengabdian kepada Masyarakat Patikala, 1(4), 325-331.
- Mavilinda, H. F., Nazaruddin, A., Nofiauwaty, N., & Daud, I. (2021). Pengaruh Ekonomi Digital Melalui Pengembangan "Digital Entrepreneurship" Bagi Pelaku UMKM Di Desa Kerinjing Ogan Ilir Sumatera Selatan. SELAPARANG: Jurnal Pengabdian Masyarakat Berkemajuan, 5(1), 627-635.
- Yuniarti, T., Faujiyah, F., Rizal, M. A., & Bani, F. C. D. (2022). Digitalisasi pemasaran dalam upaya peningkatan penjualan produk usaha mikro kecil menengah (UMKM) di wilayah Jakarta Selatan. Jurnal Pustaka Mitra (Pusat Akses Kajian Mengabdi Terhadap Masyarakat), 2(2), 121-126.
- Widyawati, N., Marzuki, S., Kristiawati, I., Arisanti, D., Cahyani, K. G., & Nisa, K. (2022). Pembinaan Usaha Mikro Kecil Menengah (UMKM) Melalui Pelatihan Digitalisasi Marketing Sebagai Peningkatan Omset UMKM. Jurnal Pengabdian kepada Masyarakat Nusantara, 3(2), 701-705.
- Jatmiko, I. W., Irwansyah, F., Raytasyah, Z. I., Husein, M. A., & Wikartika, I. (2022). Pendampingan Penerapan Digital Marketing dalam Upaya Mengembangkan UMKM Wong Hayyu Craft Di Kelurahan Kauman BLITAR. Jurnal Bakti Masyarakat Indonesia, 5(2)