

Strategi Digitalisasi Sebagai Upaya Pengembangan UMKM Toko Kelontong Safari di Kota Surabaya

1Erniz Regi Nobelyta Zuniyanto & Indah Respati Kusumasari

Universitas Pembangunan Nasional "Veteran" Jawa Timur, Indonesia

21042010103@student.upnjatim.ac.id

ABSTRAK

Kegiatan pengabdian masyarakat ini bertujuan untuk memberikan pelatihan dan pendampingan dalam penerapan bisnis digital sebagai upaya pengembangan UMKM Toko Kelontong. Pelaksanaan kegiatan dilakukan dengan pelatihan dan pendampingan pada UMKM Toko Kelontong Safari di Kota Surabaya. Berdasarkan hasil analisa situasi dan identifikasi permasalahan, Toko Kelontong Safari belum dapat memanfaatkan teknologi digital sebagai media dalam memasarkan produk. Selain itu Minimnya pemahaman pemilik Toko Kelontong Safari terkait peluang digitalisasi bisnis juga menghambat kemampuan toko untuk berkembang di era digital. Sehingga dalam mengatasi permasalahan tersebut dilakukan 4 aktivitas yang menawarkan solusi kepada Toko Kelontong Safari. Tahap implementasi pelatihan dan pendampingan yang terdiri dari mengedukasi pentingnya digitalisasi bisnis, pendaftaran platform e-commerce, mendaftarkan pin google maps, serta membuat konten pemasaran. Hasil program pengabdian masyarakat ini Toko Kelontong Safari telah terdaftar di google mpas, dan memiliki akun e-commerce shopee untuk meningkatkan penjualan secara online. Melalui berbagai kegiatan pelatihan dan pendampingan digitalisasi bisnis yang telah dilakukan, Toko Kelontong Safari memiliki peluang untuk berkembang menuju UMKM naik kelas.

Kata Kunci: Digitalisasi, Pengembangan, UMKM Toko Kelontong.

ABSTRACT

This community service activity aims to provide training and assistance in implementing digital business as an effort to develop MSME Grocery Stores. The implementation of the activity was carried out through training and assistance to MSME Safari Grocery Stores in Surabaya City. Based on the results of the situation analysis and problem identification, Safari Grocery Stores have not been able to utilize digital technology as a medium for marketing products. In addition, the lack of understanding of Safari Grocery Store owners regarding business digitalization opportunities also hinders the store's ability to develop in the digital era. So that in overcoming these problems, 4 activities were carried out that offered solutions to Safari Grocery Stores. The implementation stage of training and assistance consisted of educating the importance of business digitalization, registering e-commerce platforms, registering Google Maps pins, and creating marketing content. The results of this community service program, Safari Grocery Stores have been registered with Google Maps, and have a Shopee e-commerce account to increase online sales. Through various training and assistance activities for business digitalization that have been carried out, Safari Grocery Stores have the opportunity to develop towards an upgraded MSME.

Keywords: Digitalization, Development, MSME Grocery Store.



Hal: 1156-1162

PENDAHULUAN

Di era globalisasi yang ditandai dengan pesatnya perkembangan teknologi, bisnis digital telah menjadi kekuatan pendorong utama dalam transformasi ekonomi. Digitalisasi telah menjadi kunci bagi berbagai sektor usaha untuk meningkatkan efisiensi operasional, memperluas pasar, dan bersaing secara lebih efektif. Tidak hanya bagi perusahaan besar, UMKM (Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah) juga memiliki peluang besar untuk meraih manfaat dari transformasi digital.

Usaha Mikro Kecil dan Menengah (UMKM), menurut Undang-Undang Tahun 2008, adalah unit usaha produktif yang dimiliki oleh individu atau badan usaha perseorangan sesuai dengan kriteria yang ditetapkan dalam Undang-Undang tersebut. UMKM menjadi fondasi penting dalam mendorong pertumbuhan ekonomi di Indonesia, karena keberadaannya berkontribusi langsung pada penciptaan lapangan kerja baru, pelaku usaha baru, serta peningkatan produk domestik bruto (Asri Setiyani, Tri Yuliyanti, 2022).

Data Kementerian Koperasi dan Usaha Kecil dan Menengah (2015) menyatakan bahwa presentase UMKM di Indonesia mencapai 90% dan hanya 10% nya adalah usaha besar. Meskipun UMKM bukan kategori usaha besar, peran mereka dalam mendorong sektor ekonomi nasional sangat signifikan. UMKM memberikan kontribusi besar terhadap pertumbuhan ekonomi Indonesia, dengan 60% dari pertumbuhan tersebut berasal dari UMKM.

Besarnya peran UMKM untuk mendorong perekonomian di Indonesia ternyata tidak diimbangi dengan pemanfaatan teknologi digital yang semakin canggih. Berdasarkan data yang didapat dari detikcom dimana dari 64,2 juta unit UMKM, hanya 13% nya yang memanfaatkan teknologi digital dalam mengelola usaha. Hal ini

merupakan tantangan bagi UMKM dalam bertransformasi menjadi lebih kompetitif di era digital.

Toko Kelontong merupakan salah satu jenis usaha kecil yang tengah menghadapi tantangan di era digital ini. Hal tersebut dipicu oleh munculnya persaingan ritel modern, supermarket, dan bahkan platform e-commerce yang menawarkan kemudahan berbelanja melalui internet. Padahal toko kelontong memainkan peran penting dalam menyediakan berbagai kebutuhan pokok dengan harga terjangkau bagi masyarakat setempat.

Tantangan ini semakin mendesak seiring dengan perubahan perilaku konsumen yang kini lebih mengutamakan kemudahan, kecepatan, dan kenyamanan berbelanja. Konsumen semakin sering beralih ke aplikasi belanja online yang menawarkan pilihan lebih banyak, harga bersaing, dan sistem pembayaran digital yang cepat dan aman. Kondisi ini membuat toko kelontong tradisional, yang umumnya masih bergantung pada metode penjualan langsung secara offline, berada dalam posisi yang rentan. Untuk mengatasi berbagai tantangan tersebut, penerapan bisnis digital merupakan langkah strategis yang dapat dilakukan oleh toko kelontong untuk meningkatkan efisiensi operasional, memperluas jangkauan pasar, dan memperbaiki layanan kepada pelanggan. Dengan memanfaatkan teknologi digital, seperti media sosial untuk pemasaran, serta platform e-commerce untuk penjualan online, toko kelontong dapat lebih mudah menjangkau pelanggan baru dan meningkatkan penjualan. Meskipun demikian, tantangan seperti rendahnya literasi digital, keterbatasan modal, dan kurangnya dukungan teknis menjadi hambatan yang harus diatasi dalam proses transisi ini.

Melihat kondisi tersebut, kegiatan pengabdian masyarakat ini bertujuan untuk

memberikan pelatihan dan pendampingan kepada pemilik UMKM Toko Kelontong Safari di Kota Surabaya dalam penerapan bisnis digital. Pelatihan dan pendampingan ini akan mencakup berbagai aspek, mulai dari pemahaman dasar mengenai pentingnya teknologi digital, strategi pemasaran online, hingga penggunaan platform e-commerce untuk penjualan. Dengan meningkatkan pengetahuan dan keterampilan pemilik toko kelontong, diharapkan pelaku usaha dapat lebih siap untuk menghadapi persaingan di era digital dan memanfaatkan peluang yang ada untuk mengembangkan usaha mereka.

METODE PELAKSANAAN

Metode pelaksanaan kegiatan pengabdian kepada masyarakat pada UMKM Toko Kelontong Safari di Kota Surabaya ini dilakukan dengan program pelatihan dan pendampingan, yang tahapan pelaksanaan dapat dideskripsikan dalam tabel 1.

Tabel 1. Tahapan Kegiatan pengabdian

No	Tahapan	Kegiatan
1.	Tahap awal	Analisa Situasi a. Indetifikasi permasalahan b. Menawarkan solusi
2.	Tahap Persiapan	a. Penyusunan strategi pemasaran digital
3.	Implementasi pelatihan dan pendampingan	a. Mengedukasi pentingnya digitalisasi bisnis b. Pendaftaran platform e-commerce c. Mendaftarkan pin google maps d. Membuat konten pemasaran
4.	Laporan	Penyusunan laporan

Kegiatan pengabdian masyarakat ini dilaksanakan di rumah Ibu Hj. Muniroh selaku pemilik Toko Kelontong Safari Jalan Sidotopo Lor 131 Kecamatan Semampir, Kota Surabaya pada tanggal 19 Juni 2024. Keseluruhan kegiatan tersebut dapat berjalan lancar dengan dukungan dan partisipasi aktif pemilik usaha untuk mengikuti kegiatan hingga selesai dan bersedia menerapkan hasil program ini sebagai pendukung peningkatan penjualan produknya.

HASIL DAN PEMBAHASAN

Kegiatan pengabdian masyarakat ini dilakukan dengan tujuan untuk memberikan pemecahan dan mengatasi permasalahan yang dihadapi oleh Toko Kelontong Safari. Berdasarkan hasil analisa situasi dan identifikasi permasalahan, Toko Kelontong Safari belum dapat memanfaatkan teknologi digital sebagai media dalam memasarkan produk. Dalam kondisi ini, penjualan Toko Kelontong Safari masih dilaksanakan secara konvensional, sehingga jangkaun pasar mereka terbatas hanya pada pelanggan lokal yang berbelanja secara langsung di toko. Hal ini membatasi potensi pertumbuhan penjualan dan kemampuan toko untuk menjangkau konsumen yang lebih luas. Tanpa kehadiran di platform digital, Toko Safari sulit bersaing dengan pesaing yang sudah memanfaatkan e-commerce dan media sosial untuk memperluas jaringan pelanggan mereka. Akibatnya, potensi peningkatan penjualan dan pertumbuhan bisnis menjadi terhambat, terutama di tengah perubahan perilaku konsumen yang semakin bergantung pada belanja online. Minimnya pemahaman pemilik Toko Kelontong Safari terkait peluang digitalisasi bisnis juga menghambat kemampuan toko untuk berkembang di era digital.

Aktivitas program pengabdian masyarakat yang telah dilakukan untuk memberikan pemecahan atas permasalahan tersebut maka dalam program pengabdian masyarakat ini dilakukan 4 aktivitas yang menawarkan solusi kepada Toko Kelontong Safari. Aktivitas pertama yaitu kegiatan pelatihan dan pendampingan untuk memberikan edukasi pentingnya digitalisasi bisnis. Dalam kegiatan ini, pemilik Toko Kelontong Safari diberikan pemahaman mengenai manfaat dari penggunaan teknologi digital dalam mengelola dan memasarkan produk mereka. Materi edukasi mencakup pengenalan terhadap platform digital seperti media sosial dan e-commerce, serta bagaimana penggunaan teknologi ini dapat membantu meningkatkan efisiensi operasional dan memperluas jangkauan pasar.



Gambar 1. Pelatihan dan pendampingan edukasi digitalisasi bisnis

Dengan adanya pemberian edukasi mengenai pentingnya digitalisasi bisnis, pelaku UMKM Toko Kelontong Safari dapat memahami manfaat dan peluang yang sangat luas jika memanfaatkan teknologi digital untuk menjalankan usaha sehingga nantinya dapat diimplementasikan dengan baik. Edukasi ini tidak hanya membantu mereka memahami pentingnya kehadiran di platform online, tetapi juga memberikan pengetahuan praktis tentang strategi pemasaran digital, seperti pembuatan konten promosi.

Selain itu, kegiatan yang dilakukan dalam program pengabdian masyarakat pada UMKM Toko Kelontong Safari yaitu mendaftarkan toko pada platform e-commerce. Pertumbuhan e-commerce di Indonesia yang cepat dipicu oleh jumlah pengguna internet yang terus bertambah sehingga membuat para pelaku bisnis mengembangkan ranah usahanya ke arah digital (Taruli, Chan, & Tresna, 2020). Kegiatan pelatihan dan pendampingan ini menggunakan platform e-commerce Shopee yang dilaksanakan dengan memberikan tutorial atau langkah-langkah praktis dalam proses pendaftaran, mulai dari membuat akun, mengatur profil toko, hingga mengunggah produk secara efektif. Pemilik toko juga dibimbing dalam memahami fitur-fitur yang disediakan oleh platform e-commerce Shopee, seperti sistem pembayaran digital, pengelolaan stok, serta cara menangani pesanan dan pengiriman.



Gambar 2. Akun shopee toko kelontong safari

Dengan adanya kegiatan pelatihan dan pendampingan pendaftaran e-commerce, Toko Kelontong Safari dapat lebih mudah beralih dari sistem penjualan konvensional ke plat-

form digital. Toko ini dapat memanfaatkan e-commerce untuk menjangkau pasar yang lebih luas, tidak hanya terbatas pada pelanggan lokal, tetapi juga konsumen di luar daerah. Selain itu, toko dapat mengelola penjualan secara lebih efisien, memonitor stok barang, dan memfasilitasi transaksi yang lebih cepat dan aman melalui metode pembayaran digital. Dengan terdaftarnya toko di e-commerce, diharapkan penjualan dapat meningkat, layanan pelanggan menjadi lebih optimal, serta kemampuan Toko Safari dalam bersaing di era digital menjadi lebih kuat.

Kemudian aktivitas pelatihan dan pendampingan dilanjutkan dengan mendaftarkan toko pada google maps. Dalam kegiatan ini, pemilik toko diberikan panduan tentang cara mendaftarkan titik lokasi toko pada google maps dengan melengkapi informasi seperti alamat, jam operasional, dan nomor kontak, serta dapat menambahkan foto-foto toko untuk menarik perhatian pelanggan.



Toko Safari



Gambar 3. Pin google maps toko kelontong safari

Langkah ini dilakukan untuk meningkatkan visibilitas Toko Kelontong Safari di lingkungan sekitar serta

memudahkan pelanggan dalam menemukan lokasi toko secara online. Dengan terdaftarnya Toko Safari di Google Maps, calon pelanggan dapat lebih mudah menemukan toko saat mencari kebutuhan sehari-hari di area tersebut, yang pada akhirnya dapat meningkatkan kunjungan dan penjualan secara signifikan.

Kegiatan selanjutnya yaitu pendampingan dan pelatihan untuk membuat konten pemasaran. Dalam hal ini pemilik Toko Kelontong Safari diberikan panduan mengenai pembuatan berbagai jenis konten yang efektif untuk mempromosikan produk, seperti foto produk yang menarik, video promosi, hingga desain poster atau banner digital.



Gambar 4. Video konten pemasaran toko kelontong safari



Gambar 5. Banner digital toko kelontong safari

Konten tersebut dirancang agar dapat diunggah di media sosial dan platform e-commerce, dengan tujuan meningkatkan daya tarik toko, memperkuat branding, serta menarik lebih banyak pelanggan. Dengan pendampingan ini, diharapkan pemilik toko dapat secara mandiri menciptakan konten promosi yang kreatif dan relevan, sehingga mampu bersaing dalam pemasaran digital.

Setelah serangkaian kegiatan pelatihan dan pendampingan, dilakukan penyusunan laporan yang berisi feedback dari pemilik Toko Kelontong Safari yang sangat terbantu dengan adanya kegiatan ini. Selain menambah wawasan, juga melatih keterampilan praktis dalam penggunaan teknologi digital sebagai media untuk menjalankan usaha. Sehingga pemilik Toko Kelontong berharap bahwa dengan pengetahuan dan keterampilan yang telah diperoleh dapat menjadi pengembangan UMKM Toko Kelontong yang berbasis digital secara optimal.

KESIMPULAN

Kegiatan pengabdian masyarakat ini bertujuan untuk memberikan pelatihan dan pendampingan kepada pemilik UMKM Toko Kelontong Safari di Kota Surabaya dalam penerapan bisnis digital. Berbagai kegiatan yang telah dilaksanakan yaitu mulai dari tahap awal analisa situasi yang mencakup identifikasi permasalahan dan menawarkan solusi; tahap persiapan yaitu penyusunan strategi digital marketing; tahap implementasi pelatihan dan pendampingan yang terdiri dari mengedukasi pentingnya digitalisasi bisnis, pendaftaran platform e-commerce, mendaftarkan pin google maps, membuat konten pemasaran; serta tahap laporan yaitu penyusunan laporan.

Keseluruan kegiatan pelatihan dan pendampingan telah terlaksana dengan baik,

sesuai dengan tujuan, dan bermanfaat bagi pemilik UMKM Toko Kelontong Safari. Program ini berhasil membantu toko dalam memahami pentingnya digitalisasi bisnis dan bagaimana memanfaatkannya untuk meningkatkan daya saing. Dengan semua langkah yang telah diimplementasikan, diharapkan Toko Kelontong Safari dapat terus berkembang dan beradaptasi dengan perubahan pasar, serta mengalami peningkatan dalam penjualan dan pertumbuhan bisnis secara berkelanjutan.

UCAPAN TERIMAKASIH

Ucapan terimakasih disampaikan kepada Dinas Koperasi, Usaha Kecil dan Menengah, dan Perdagangan Kota Surabaya yang telah merancang program pengabdian masyarakat pada UMKM toko kelontong yang berdampak positif bagi pelaku usaha. Ucapan terimakasih juga disampaikan kepada pemilik Toko Kelontong Safari yang telah bersedia mengikuti serangkaian proses pelatihan dan pendampingan digitalisasi bisnis dengan baik.

DAFTAR PUSTAKA

Nurcholis, Noptrina, N., Wibisono, D. (2023). Pengembangan UMKM Melalui Digitalisasi Sebagai Media Promosi. *JMM (Jurnal Masyarakat Mandiri)*, 7(6), 5912-5921, <https://doi.org/10.31764/jmm.v7i6.19352>

Shonhadji, N., dkk. (2023). Penerapan Digital Marketing pada UMKM “ESM Collection” di Kota Surabaya. *E- DIMAS: Jurnal Pengabdian kepada Masyarakat*, 14(2), 372-380. <http://journal.upgris.ac.id/index.php/e-dimas>

Jurnal Sinabis
Volume 1 No 4 Agustus 2025

Stiadi, M., Herlinudinkhaji, D., Ariyanti, Y. D. P., & Erwanti, N. (2021). Pelatihan Pemanfaatan Digital Marketing dalam Pengembangan Pemasaran bagi Pelaku UMKM. *BAKTI BANUA: Jurnal Pengabdian Masyarakat*, 2(1), 8-11. <https://doi.org/10.35130/bbjm.v2i1.212>

Suyadi., Syahdanur., Suryani, S. (2018). Analisis Pengembangan Usaha Mikro Kecil dan Menengah (UMKM) di Kabupaten Bengkalis-Riau. *Jurnal Ekonomi KIAT*, 29(1), 1-10. <https://journal.uir.ac.id/index.php/kiat>

Zefriyenni., Eliza., Azka, B.P., Lusiana. (2022). Pengembangan UMKM Berbasis Digital pada UMKM Batu Gadang Kecamatan Lubuk Kilangan Padang. *Kumawula : Jurnal Pengabdian Kepada Masyarakat*, 5(3), 558-564. <https://doi.org/10.24198/kumawula.v5i3.41446>