

## Pengembangan Sumber Daya Manusia Pada UMKM Desa Sepande dalam Menghadapi Digitlisasi

Mikio Alif Hardi Ariyanto & Acep Samsudin

Universitas Pembangunan Nasional “Veteran” Jawa Timur, Indonesia

21042010180@student.upnjatim.ac.id

### ABSTRAK

Pengabdian masyarakat ini bertujuan untuk meningkatkan kapasitas sumber daya manusia (SDM) pada UMKM di Desa Sepande dalam menghadapi era digitalisasi. Program ini berkonsentrasi pada instruksi tentang penggunaan teknologi digital, khususnya dalam hal pemasaran, manajemen bisnis, dan branding produk melalui media sosial dan platform digital seperti Instagram dan Google Maps. Diharapkan pendampingan ini dapat membantu usaha kecil dan menengah (UMKM) untuk lebih mampu menyesuaikan diri dengan kemajuan teknologi dan memperluas jangkauan pasar mereka. Hasil kegiatan menunjukkan bahwa pelaku UMKM lebih memahami dan memahami keterampilan digital. Beberapa UMKM mulai menggunakan media sosial untuk mempromosikan produk, memperbaiki desain kemasan, dan mendaftarkan lokasi bisnis mereka di Google Maps, yang meningkatkan efisiensi operasional dan meningkatkan daya saing produk mereka.

Kata Kunci: Pengembangan SDM, Digitalisasi UMKM, Desa Sepande.

### ABSTRACT

This community service aims to enhance human resource (HR) capacity in small and medium enterprises (SMEs) in Sepande Village to face digitalization. The program focuses on training the use of digital technology, especially in marketing, business management, and product branding through social media and digital platforms such as Instagram and Google Maps. This assistance is expected to help SMEs become more adaptive to technological developments and expand their market reach. The results show an increase in digital knowledge and skills among SME owners. Several businesses have started implementing social media to promote their products, improving packaging design, and registering their business locations on Google Maps, resulting in operational efficiency and improved competitiveness.

Keywords: Human Resource Development, SME Digitalization, Sepande Village.



Hal: 785-791

## **PENDAHULUAN**

Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah

(UMKM) mencakup berbagai usaha yang dijalankan oleh perorangan, kelompok, atau rumah tangga dan terus berkembang berkat dukungan pemerintah. UMKM juga membantu mendistribusikan pendapatan di seluruh masyarakat. Untuk mempersiapkan perekonomian masa depan dan untuk mempertahankan dan mengoptimalkan struktur ekonomi nasional, dukungan ini sangat penting (Aliyah 2022).

Untuk bersaing di pasar yang semakin kompetitif, UMKM harus mendigitalisasi produk mereka untuk memperluas cakupan bisnis mereka. Sebelum memasuki bisnis yang lebih digital maka dilakukannya kegiatan pendampingan untuk pengembangan umkm dalam kesiapan menghadapi digitalisasi. Dilaksanakannya pendampingan pengembangan kualitas sdm umkm maka menjadikan umkm yang siap dan juga paham akan digitalisasi dengan pernyataan tersebut maka membuka peluang yang lebih besar bagi pelaku UMKM, seperti meningkatkan efisiensi dan memperluas pasar. (Imam Pamungkas Walton and Nurmandi 2021).

Di Indonesia, minat pelaku UMKM terhadap digitalisasi meningkat dari 20% menjadi 50%. Oleh karena itu, penting bagi UMKM untuk mendigitalisasi kegiatan bisnis nya. Digitalisasi ini tidak hanya memperkuat mobilitas sosio-ekonomi di dalam negeri, tetapi juga menjaga koneksi antara produsen dan konsumen. Namun, banyak pelaku UMKM yang masih kurang familiar dengan dunia digital karena keterbatasan modal dan pengetahuan. (Haikal, Ferry, and Kevin 2022)

Kegiatan bisnis yang bertransformasi digital penting bagi UMKM untuk tetap kompetitif. Pelaku usaha sering menggunakan media sosial seperti Instagram, WhatsApp business, dan Google Maps untuk meghadirkan

kemudahan pelanggan menemukan umkm tersebut. Di Desa Sepande, Kecamatan Candi, Kabupaten Sidoarjo, terdapat UMKM yang memproduksi berbagai makanan seperti telur asin, kerupuk, tempe, dan tahu. Untuk menghadapi persaingan yang ketat, UMKM ini memiliki hak untuk mendapatkan pelatihan pendampingan untuk berinovasi, seperti memperbarui kemasan, logo, dan foto produk, serta mendaftarkan usaha mereka di Google Maps.

Kemasan produk berfungsi tidak hanya sebagai pelindung, tetapi juga sebagai sarana komunikasi merek yang dapat mempengaruhi persepsi konsumen. Desain kemasan yang menarik mampu meningkatkan nilai tambah produk dan mendorong penjualan (Purnomo 2024).

Pengembangan sumber daya manusia (SDM) dalam aspek teknologi digital menjadi kunci untuk mewujudkan transformasi ini, yang akan memperkuat posisi UMKM dalam ekosistem ekonomi digital. Dengan adanya pendampingan kesiapan dalam menghadapi digitalisasi, UMKM di Desa Sepande diharapkan dapat lebih adaptif dalam menghadapi perkembangan era digital, memperluas pangsa pasar, dan meningkatkan daya saing (Indah et al. n.d.).

## **METODE PELAKSANAAN**

Metode pelaksanaan kegiatan pengabdian masyarakat pada UMKM yang berlokasi di desa Sepande dilakukan dengan kegiatan pelatihan pengembangan pengetahuan terhadapan bisnis digital, pendampingan implemtasi sebagai berikut:

**Tabel 1. Tahapan Kegiatan pengabdian**

No	Tahapan	Kegiatan
1.	Tahap awal	<ul style="list-style-type: none"> <li>a. Survey dan observasi lapangan</li> <li>b. Mengidentifikasi permasalahan secara umum</li> <li>c. Mendata UMKM desa Sepande</li> </ul>
2.	Tahap Persiapan	<ul style="list-style-type: none"> <li>a. Melakukan Analisa Kebutuhan UMKM desa Sepande</li> <li>b. Mengidentifikasi solusi dari permasalahan dan kebutuhan UMKM desa Sepande</li> </ul>
3.	Menyusun program kerja hasil kesepakatan	Menyelaraskan Kebutuhan dengan program kegiatan pengabdian masyarakat
4.	Implementasi Pendampingan	<ul style="list-style-type: none"> <li>a. Mengadakan kegiatan survey pendampingan digitalisasi.</li> <li>b. Mensosialisasikan seluk beluk dalam mendigitalisasikan UMKM.</li> <li>c. Memberikan tata cara membuat dan menggunakan sistem digital.</li> <li>d. Memberikan anjuran penggunaan sistem digital</li> </ul>
5.	Laporan	Penyusunan laporan

## **HASIL DAN PEMBAHASAN**

Desa Sepande terletak di kecamatan Candi, Kabupaten sidoarjo. Lokasi desa sepande sangat strategis karena hanya di tempuh selama 6 menit dari alun-alun Sidoarjo atau yang biasa disebut pusat Kabupaten sidoarjo. Desa Sepande memiliki luas 160,195 hektar/m<sup>2</sup>. Desa Sepande dikenal

dengan desa 1000 UMKM atau Kampung umkm. Diantaranya UMKM yang berloaksi di desa sepande terdapat pabrik tempe, tahu, dan telur asin.

Pada beberapa UMKM didesa sepande masih kurang dalam pengoptimalan digitalisasi. Maka dari itu dirumuskannya kegiatan pendampingan dan pelatihan pada sumberdaya manusia yang ada di umkm desa Sepande agar memiliki pemahaman terhadap digitalisasi untuk UMKM meliputi pemahaman digitalisasi dasar, pemahaman aplikasi digital yang dapat membantu proses kegiatan operasional bisnis UMKM, pemasaran, dan kemudahan customer dalam menemukan lokasi UMKM (Dinda W.R, Balafif, and Wahyuni 2021).

Contohnya yatu pada UMKM yang memproduksi telur asin di desa sepande, pada UMKM telur asin belum memiliki akun instgram yang terkonsep, tidak memiliki aplikasi tanya jawab pelanggan yang terpusat, dan Titik lokasi yang tertera pada google maps. Hal tersebut sangat disayangkan karena UMKM telur asin merupakan sektor yang potensial sebab penunjang nya sudah cukup seperti lokasi pembuatan, jadwal pembuatan, distributor telur bebek, dan anggota lengkap hanya saja UMKM telur asin masih kurang dalam penggunaan digitalisasi.

### **a. Survey Lokasi UMKM**

Hasil survey yang didapatkan, kebanyakan umkm didesa sepande belum memaksimalkan digitalisasi karena kurangnya pengetahuan tentang proses transformasi, pembuatan, pelaksanaan dan kelebihannya. pernyataan tersebut didasarkan kondisi lokasi langsung yaitu kurangnya pengelolaan akun instagram pada kegiatan survey berlangsung akun instagram bisnis masih bercampur dengan kepentingan pribadi contohnya mempos-

ting foto kegiatan pribadi dan keluarga selain hal tersebut kurangnya teknik foto produk sehingga terlihat kurang memadai Pemasangan titik lokasi pada google maps pada survey langsung ditemukan permasalahan titik Lokasi yang tidak sesuai dengan lokasi terkini, penggunaan akun whatsapp business, banyaknya pelaku UMKM masih menggunakan whatsapp standar atau pribadi untuk kepentingan bussines yang dimana kurangnya fitur bisnis pada aplikasi whatsapp standar, kurangnya keterampilan dalam membuat branding usaha seperti pembuatan logo pemilihan warna pada logo, dan pemilihan gambar atau foto pada logo.

Dari hasil survei tentunya sebagian umkm sudah memiliki atau pernah melakukan digitalisasi namun kurangnya pemahaman secara teknis dalam pengoptimalan digitalisasi maka dari itu dapat disimpulkan kurangnya kesiapan dalam optimalisasi digital dalam proses operasional UMKM.

### **b. Mensosialisasikan Dasar Digitalisasi dan Implementasi**

Pada kegiatan mensosialisasikan dasar digitalisasi bertujuan untuk menyiapkan SDM pada Umkm dalam digitalisasi. Hal tersebut meliputi pengenalan dasar aplikasi sebagai berikut :

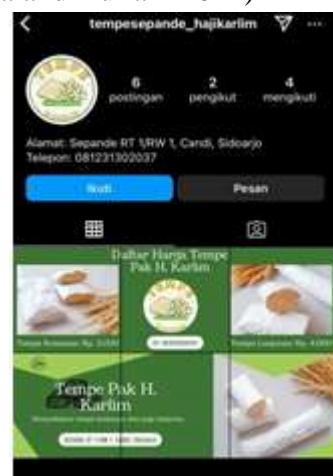
#### **1. Whatsapp Business**

Pada whatsapp bisnis, sumberdaya manusia yang ada di dalam umkm dikenal kan Whatsapp Business adalah aplikasi yang disediakan oleh whatsapp untuk memudahkan pelaku bussines skala mikro hingga besar untuk berkomunikasi secara langsung dengan pelanggan. Kelebihan pada whatsapp business yaitu memiliki fitur katalog yang terdapat kolom foto produk, spesifikasi produk, dan harga produk. katalog dapat berguna jika terdapat pertanyaan dari customer terkait

produk yang dijual karena hanya mengirim katalog yang sudah dibuat pada aplikasi whatsapp business. Selain fitur katalog terdapat fitur balas cepat dengan cara mengetik garis miring pada keyboard dan memilih balasan sesuai dari pertanyaan (Hendriyani et al. 2020).

#### **2. Instagram Business**

Pelaku usaha diberikan pemahaman terkait cara membuat bio Instagram yang menarik, mengunggah konten, memasarkan produk, dan menerima pesanan sistem PO dengan benar dalam optimalisasi ini. Selain membantu dan mendorong UMKM di Desa Sepande, sebuah media sosial dibuat untuk memudahkan pemasaran produk UMKM. Media sosial diharapkan dapat membantu masyarakat mempromosikan hasil UMKM Desa Sepande kepada khalayak luas. Selain itu, diharapkan orang-orang yang ingin melihat atau membeli produk UMKM tersebut sudah dapat mengaksesnya melalui media sosial.(Novita and Yuliani 2021)



Gambar 1.1 tampilan akun instagram UMKM tempe

### 3. Google Maps

Beberapa UMKM di desa sepande belum memiliki google maps. Kegunaan dari google maps yaitu memudahkan customer menemukan lokasi UMKM tersebut pada aplikasi google maps atau google. Pelaku UMKM di kenalkan dengan kegunaannya yaitu dapat mempermudah customer jika mencari toko UMKM dan mempermudah customer menemukan lokasi dengan panduan peta Google Maps. Google Maps merupakan salah satu produk dari google yang dapat diakses untuk memberikan informasi tempat dan penunjuk jalan kepada penggunanya. Saat ini Google Maps bukan hanya digunakan untuk mencari informasi-informasi mengenai tempat dan penunjuk jalan, melainkan sebagai media promosi yang digunakan oleh perusahaan untuk memberikan informasi-informasi yang ada dapat diketahui kepada penggunanya.(Ikerismawati, Sholiha, and Hardiyanti 2023).



Gambar 1.2 Google maps umkm telur asin

### c. Pembuatan Logo Dalam Menunjang Kesiapan Digitalisasi

Pengembangan sumber daya manusia (SDM) di UMKM Sepande melalui pembuatan logo bertujuan untuk meningkatkan keterampilan kreatif dan branding bagi para pelaku usaha lokal. Logo menjadi elemen penting dalam memperkuat identitas usaha, memberikan daya tarik

visual, dan membedakan produk mereka di pasar. Proses pelatihan pembuatan logo ini melibatkan pengenalan dasar desain, pemilihan warna yang sesuai dengan karakter produk, hingga penggunaan perangkat lunak desain sederhana. Melalui kegiatan ini, pelaku UMKM diharapkan lebih memahami pentingnya visualisasi merek dalam strategi pemasaran. (Suwandi, Susanti, and Nisrina 2023).



Gambar 1.3 Logo opak gambir

### KESIMPULAN

Kegiatan pengabdian kepada masyarakat di UMKM Desa Sepande berkonsentrasi pada peningkatan sumber daya manusia untuk menghadapi digitalisasi. Untuk menemukan permasalahan dan kebutuhan UMKM dilakukan dengan survei dan observasi lapangan. Lalu para umkm dilatih menggunakan teknologi digital seperti WhatsApp Business, Instagram, dan Google Maps. Peningkatan kesadaran pelaku UMKM tentang pentingnya digitalisasi dalam pemasaran adalah kontribusi utama dari kegiatan ini. Beberapa UMKM mulai menerapkan strategi digital seperti mengubah kemasan, membuat logo, dan memasarkan produk di media sosial. Meskipun demikian, masih ada keterbatasan dalam hal pemahaman teknis dan keterampilan digital yang kurang, terutama dalam hal mengelola akun bisnis dan mengembangkan strategi pemasaran online yang efektif.

## **UCAPAN TERIMAKASIH**

Kami mengucapkan terima kasih yang sebesar-besarnya kepada aparat Desa Sepande atas dukungan dan kerjasamanya selama pelaksanaan kegiatan pengembangan UMKM di desa ini. Terima kasih juga kami sampaikan kepada para pelaku UMKM Desa Sepande yang telah antusias mengikuti setiap tahapan pelatihan dan pendampingan, serta memberikan kontribusi yang luar biasa dalam mengembangkan produk lokal. Tak lupa, penghargaan yang tinggi kami berikan kepada seluruh masyarakat Desa Sepande atas partisipasi aktif dan semangat gotong royong yang menjadi pondasi utama keberhasilan kegiatan ini.

## **DAFTAR PUSTAKA**

- Aliyah, Atsna Himmatul. 2022. "Peran Usaha Mikro Kecil Dan Menengah (UMKM) Untuk Meningkatkan Kesejahteraan Masyarakat." *WELFARE Jurnal Ilmu Ekonomi* 3(1): 64–72.
- Batubara, Chuaimah et al. 2023. "Strategi Pengembangan Identitas Visual UMKM Melalui Pembuatan Logo: Studi Kasus Pada Program Kuliah Kerja Nyata (KKN) Di Desa Aras." *Bagaskara Utama Putra Journal of Human And Education* 3(2): 420–27.
- Dinda W.R, Prahastiwi, Mohammad Balafif, and Susi Tri Wahyuni. 2021. "Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Pendapatan UMKM Tempe Di Desa Sepande Kecamatan Candi Kabupaten Sidoarjo." *Bharanomics* 2(1): 47–57.
- Dwiantari, Scorina, and Masine Slahanti. 2022. "Media Sosial Whatsapp Bisnis Sebagai Media Promosi Guna Meningkatkan Penjualan Bakmi Jowo Denbagus." *Jurnal Muhammadiyah Manajemen Bisnis* 3(2):75.
- Haikal, Siregar, Malvinas Ferry, and Kurniawan Kevin. 2022. "Menciptakan Pertumbuhan Inklusif Melalui Digitalisasi UMKM Di Indonesia." *Boston Consulting Group* (June).
- Hendriyani, Chandra, Selvia Putri Dwianti, Tetty Herawaty, and Budiana Ruslan. 2020. "Analisis Pengunaan Whatsapp Business Untuk Meningkatkan Perjualan Dan Kedekatan Dengan Pelanggan Di Pt Saung Angklung Udjo." *AdBispreneur* 5(2): 193.
- Ikerismawati, Senja, Illiyatus Sholiha, and Sinta Hardiyanti. 2023. "Pendampingan Pemanfaatan Google Maps Dan Whatsapp Bisnis Sebagai Media Digital Marketing Bagi UMKM Di Kelurahan Sebani Kota Pasuruan." *I-Com: Indonesian Community Journal* 3(3): 1294–1302.
- Imam Pamungkas Walton, and Achmad Nurmandi. 2021. "Strategi Bertahan Umkm Di Tengah Pandemi Covid-19." *GOVERNABILITAS (Jurnal Ilmu Pemerintahan Semesta)* 2(2): 154–68.
- Indah, Putri, Sari Manajemen, Fakultas Ekonomi, and Dan Bisnis. "Peningkatan Sumber Daya Manusia Melalui Pelatihan Pelaku Umkm Di Era Digitalisasi Di Desa Waluya." *Putri Indah Sari* 2(1): 4043–48.
- Novita, Diana, and Nafisah Yuliani. 2021. "Pemanfaatan Instagram Di Dalam Mengelola Bisnis Online Bagi UMKM Forum Ilmiah." *Forum Ilmiah Indonesia* 18(1): 55–62. <https://ejurnal.esaunggul.ac.id/index.php/Formil/article/view/3995>.
- Nurhayati, Siti, and Arum Ardianingsih. 2021. "Nomor 01. Maret 2021. Fakultas Ekonomi Universitas Pekalongan." *Jurnal Ekonomi dan Bisnis* 24(2016): 66–74. [www.jurnal.unikal.ac.id/index.php/jebi](http://www.jurnal.unikal.ac.id/index.php/jebi).

- Purnomo, Agus. 2024. "Pengembangan Inovasi Kemasan Untuk Meningkatkan Merek Dan Keunggulan Kompetitif Bagi UMKM Klanting Sumber Rezeki Teluk Pandan Kabupaten Pesawaran." *Jurnal Pengabdian UMKM* 3(2): 72–76.
- Retnowati, Nurcahyani Dewi et al. 2021. "Peningkatan Keterampilan Pengambilan Foto Dan Video Produk Bagi Anggota UMKM Desa Pengkok Patuk Gunungkidul." *Indonesian Journal Of Community Service* 1(3): 540–48.
- Septi, Shalsa Dela Nur, and Reiga Ritomiea Ariesey. 2024. "Pemanfaat Google Maps Untuk Meningkatkan Penjualan Pada UMKM Seblak 55 Kelurahan Rungkut Menanggal." *Jurnal Pengabdian Kepada Masyarakat Nusantara(JPkMN)* 5(2): 2550–2255.
- Sulistyo, Yuwono, and Ira Wikartika. 2024. "Pembuatan Logo Guna Membangun Branding Pada UMKM Sambel Pecel Lima Dua Kelurahan Gunung Anyar." *Jurnal Pengabdian kepada Masyarakat Nusantara (JPkMN)* 5(1): 48–54.
- Suwandi, Andreas, Susanti Susanti, and Nisrina Nisrina. 2023. "Pengembangan Logo Pada Produk Sebagai Branding UMKM di Desa Wisata Kertarahayu." *Journal of Tourism and Creativity* 7(2): 108.
- Tri Romadloni, Nova, Nisa Dwi Septiyanti, and Rauhulloh Ayatulloh Khomeini Noor Bintang. 2023. "Optimasi Penggunaan Whatsapp Business Sebagai Sarana Pengembangan Pemasaran Produk Usaha Anggota PKK." *ABDIKAN: Jurnal Pengabdian Masyarakat Bidang Sains dan Teknologi* 2(1): 115–22.
- Vinatra, Satriaji, Administrasi Bisnis, UPN Veteran, and Jawa Timur. 2023. "Peran Usaha Mikro, Kecil, Dan Menengah (UMKM) Dalam Kesejahteraan Perekonomian Negara Dan Masyarakat." *Jurnal Akuntan Publik* 1(3): 1–08. <https://doi.org/10.59581/jap-widyakarya.v1i1.832>.
- Yusuf, Arief Rahman, Angga Prasetyo, and Yovi Litanianda. 2023. "Digitalisasi UMKM Guna Mendukung Upaya Pemerataan Ekonomi Desa Gentan Kabupaten Ponorogo." *Jurnal Edu-Dharma* 2(1): 7–12.
- Retnowati, N. D., Sajati, H., & Ayuningtyas, A. (2021). Peningkatan Keterampilan Pengambilan Foto Dan Video Produk Bagi Anggota UMKM Desa Pengkok Patuk Gunungkidul. *Indonesian Journal Of Community Service*, 1(3), 540–548.
- Firdausya, L. Z., & Ompusunggu, D. P. (2023). Usaha Mikro Kecil Dan Menengah (UMKM) di Era Digital Abad 21: Usaha Mikro, Kecil Dan Menengah (Umkm) Era Digital Di Abad Ke-21. *TALI JAGAD JOURNAL*, 1(1), 14-18.