

Digitalisasi UMKM : Pemanfaatan Media Digital pada UMKM Desa

Tiara Fitri¹
Novita Herlissha^{2*}
Alim Bahri³

^{1,2,3} Program Studi Bisnis Digital, Universitas Bangka Belitung

*e-mail : novita-herlissha@ubb.ac.id

Abstrak

Kegiatan pengabdian kepada masyarakat ini bertujuan untuk meningkatkan kapasitas pelaku Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah (UMKM) dalam memanfaatkan teknologi digital untuk pemasaran produk. Kegiatan dilaksanakan di Desa Batu Rusa, Bangka, dengan pendekatan pelatihan langsung yang interaktif. Materi yang diberikan mencakup pentingnya strategi pemasaran digital melalui media social. Hasil kegiatan menunjukkan peningkatan pemahaman peserta terhadap penggunaan media digital. Pelatihan ini diharapkan menjadi langkah awal bagi pelaku UMKM untuk bersaing di pasar yang lebih luas melalui pemanfaatan teknologi digital. Keberlanjutan program pendampingan sangat direkomendasikan guna meningkatkan efektivitas implementasi digitalisasi UMKM.

Kata Kunci : UMKM, Media Sosial, Pelatihan, Digital Marketing

Abstract

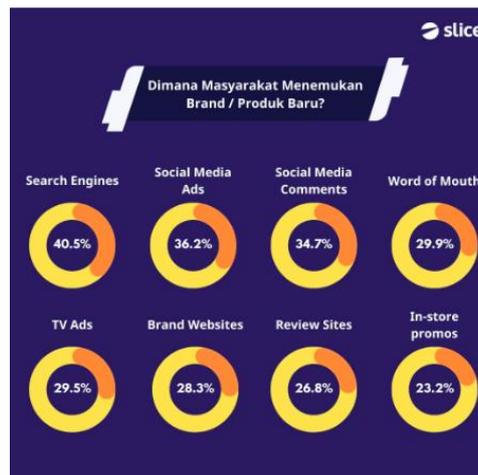
This community service activity aims to enhance the capacity of Micro, Small, and Medium Enterprises (MSMEs) in utilizing digital technology for product marketing. The activity was conducted in Batu Rusa Village, Bangka, using an interactive direct training approach. The materials provided include the importance of digital marketing strategies through social media. The results of the activity indicate an improvement in participants' understanding of the use of digital media. This training is expected to be a first step for MSME actors to compete in a broader market through the utilization of digital technology. The sustainability of the mentoring program is highly recommended to improve the effectiveness of MSME digitalization implementation.

Keywords: MSMEs, Social Media, Training, Digital Marketing

PENDAHULUAN

Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah (UMKM) merupakan salah satu sektor yang paling terdampak oleh perubahan perilaku konsumen dan perkembangan teknologi digital. Transformasi digital menjadi kebutuhan yang mendesak bagi UMKM untuk dapat bertahan dan bersaing di era ekonomi berbasis internet. Penggunaan internet setiap tahun selalu menunjukkan kenaikan hal ini sesuai dengan Asosiasi Penyelenggara Jasa Internet Indonesia (APJII) mengumumkan jumlah pengguna internet Indonesia tahun 2024 mencapai 221.563.479 jiwa dari total populasi 278.696.200 jiwa penduduk Indonesia tahun 2023.

Berdasarkan hal tersebut tentunya banyak perubahan-perubahan yang tentunya harus dapat diupgrade. Namun, pelaku UMKM di desa masih menghadapi berbagai kendala seperti minimnya pengetahuan digital, keterbatasan akses informasi, dan rendahnya pemanfaatan media sosial sebagai sarana pemasaran. Masyarakat Indonesia rata-rata menghabiskan 7 jam 38 menit di internet setiap harinya. Jika dibandingkan dengan waktu yang dihabiskan untuk menonton TV dan mendengarkan radio, yang masing - masing durasinya adalah 2 jam 41 menit dan 32 menit saja, maka jelas bahwa internet telah menjadi salah satu hiburan dan sumber informasi terfavorit masyarakat Indonesia untuk itu UMKM perlu melakukan Adaptasi dengan Perubahan. Pada Era digitalisasi ini konsumen lebih mudah mengakses informasi produk dan pencarian informasi akan lebih mudah berdasarkan Slide.id, 2024 Bagi masyarakat Indonesia, media sosial adalah media dimana mereka bisa menemukan produk dan brand baru. Survei menemukan bahwa 36.2% masyarakat menemukan produk / brand baru di iklan media sosial. Maka dari itu, menggunakan media sosial untuk kegiatan pemasaran sangatlah sangat penting.



Sumber : Slice.Id, 2024

Gambar 1. Pencarian Brand/Produk baru

Desa Batu Rusa, sebagai salah satu wilayah dengan potensi ekonomi lokal yang cukup besar, memiliki banyak pelaku UMKM yang masih memasarkan produknya secara tradisional. Hal ini membatasi jangkauan pasar dan menurunkan efisiensi operasional usaha. Oleh karena itu, perlu dilakukan kegiatan pemberdayaan melalui pelatihan digitalisasi penjualan dan promosi produk agar pelaku UMKM dapat memanfaatkan teknologi secara efektif untuk memperluas pasar dan meningkatkan daya saing. Mengimplementasikan digitalisasi dalam UMKM merupakan langkah krusial untuk membantu UMKM lebih responsif dan inovatif menghadapi persaingan yang ada dipasar Dengan memanfaatkan media digital, UMKM mampu menjangkau pasar yang lebih luas, meningkatkan efisiensi, serta memperjelas transparansi dalam segala aktivitas bisnis mereka. Untuk mencapai tujuan ini, dukungan nyata berupa pelatihan dan pengawasan diperlukan agar para pelaku UMKM dapat memahami dan menerapkan taktik pemasaran digital secara efektif.

Digital marketing dikenal dengan kegiatan pemasaran atau promosi sebuah produk yang memanfaatkan media digital atau internet (Wulandari et al., 2021). Berdasarkan hasil pengamatan dan wawancara sebelum dilaksanakan pengabdian ini adalah pemasaran produk Hal ini dikarenakan sebagian besar UMKM di Desa Batu Rusa belum berkembang secara optimal dibuktikan dengan menjual produk dengan strategi pemasaran yang masih secara tradisional. Cepatnya berkembang teknologi menuntut UMKM untuk dapat memanfaatkan dan lebih memperhatikan tata kelola usahanya demi keberlangsungan usaha yang panjang (Ahluwalia et al., 2022). Perkembangan teknologi membuat pelaku usaha membutuhkan inovasi terbaru untuk memasarkan produknya secara online (Prilandewi & Sukadana, 2022). Dari permasalahan tersebut maka perlu adanya edukasi atau pendampingan untuk meningkatkan penjualan produk umkm khususnya menggunakan digital marketing pada palaku usaha di desa bhuana jaya. Startegi digital marketing menghasilkan peningkatan penjualan pada pangsa pasar dan akan berpengaruh terhadap laba yang dihasilkan (Wijayatri et al., 2021).

Permasalahan utama dalam pengabdian kepada masyarakat ini adalah rendahnya tingkat literasi digital dan penggunaan media sosial serta platform digital yang belum optimal oleh UMKM dalam proses penjualan dan pemasaran di Desa Batu Rusa sehingga dalam pengabdian kepada masyarakat diharapkan setelah dilaksanakannya pengabdian kepada masyarakat di Desa Batu Rusa UMKM di Desa dpat memanfaatkan media digitalisasi untuk pemasaran dan penjualan produk/jasa.

Tujuan dari kegiatan ini adalah untuk meningkatkan kompetensi pelaku UMKM dalam menggunakan media digital untuk menjual dan memasarkan produk. Program ini mencakup pelatihan pemanfaatan media social. Kegiatan ini memberikan manfaat dalam meningkatkan kemampuan digital UMKM Desa Batu Rusa dan membantu pelaksanaan program pemberdayaan

berbasis teknologi. Kontribusi utama adalah menyediakan model pelatihan berbasis praktik yang dapat diterapkan di berbagai wilayah.

METODE

Kegiatan pengabdian masyarakat ini menggunakan pendekatan partisipatif dengan desain kegiatan berbasis edukatif dan praktik langsung Tujuan dari pendekatan ini adalah untuk memberikan pemahaman serta keterampilan yang aplikatif kepada para pelaku UMKM dalam memanfaatkan teknologi digital untuk mendukung pemasaran produk mereka.

Desain Kegiatan

Desain kegiatan mencakup penyuluhan dan pelatihan (workshop) secara langsung yang terstruktur dalam dua sesi utama, yaitu:

1. Sesi Edukasi Teoritis, yang mencakup materi mengenai pentingnya digitalisasi UMKM, strategi pemasaran digital, dan pemanfaatan media sosial serta platform marketplace;
2. Sesi Praktik Digitalisasi, yang memberikan pelatihan langsung.

Metode Pelaksanaan

Kegiatan dilaksanakan pada tanggal 10 September 2024 di Desa Batu Rusa, Kecamatan Merawang, Kabupaten Bangka, dengan peserta sebanyak 25 pelaku UMKM dan perangkat desa. Kegiatan diawali dengan pembukaan oleh perangkat desa, dilanjutkan dengan pemaparan materi oleh narasumber yaitu Bapak Abdul Hafiz, M.A.B dan Bapak Berandi S., M.M yang merupakan dosen program studi bisnis digital, sesi diskusi, dan kegiatan praktik digitalisasi yang didampingi oleh Bapak Berandi S., M.M . Pendekatan interaktif diterapkan agar peserta dapat secara aktif bertanya dan mencoba langsung selama pelatihan.

Proses Evaluasi

Evaluasi kegiatan dilakukan melalui:

- a) Observasi langsung selama praktik, untuk menilai keterlibatan peserta dan kemampuan dalam menerapkan materi.
- b) Dokumentasi visual, sebagai alat bantu untuk pelaporan kegiatan.

HASIL DAN PEMBAHASAN

Kegiatan pengabdian kepada masyarakat ini telah dilaksanakan pada tanggal 10 September 2024 di Desa Batu Rusa, Kecamatan Merawang, Kabupaten Bangka. Kegiatan ini diikuti oleh 25 peserta yang terdiri dari pelaku UMKM setempat dan perangkat desa. Pelaksanaan kegiatan dimulai dengan sambutan dari perwakilan perangkat desa sebagai bentuk dukungan dan pembukaan resmi kegiatan.

Materi pelatihan disampaikan oleh dua narasumber, yaitu Bapak Abdul Hafiz, M.A.B dan Bapak Berandi S., M.M yang merupakan dosen Program Studi Bisnis Digital. Materi yang dibahas berfokus pada pentingnya digitalisasi dalam pengembangan usaha mikro, kecil, dan menengah (UMKM), khususnya dalam aspek pemasaran digital. Materi meliputi pengenalan platform digital seperti media sosial.

Setelah sesi pemaparan materi, kegiatan dilanjutkan dengan sesi diskusi interaktif. Dalam sesi ini, peserta diberikan ruang untuk mengajukan pertanyaan dan berbagi pengalaman terkait tantangan yang dihadapi dalam menjalankan usaha mereka. Sesi ini memberikan wawasan tambahan dan mempererat interaksi antara narasumber dan peserta.

Salah satu keunggulan dalam kegiatan ini adalah sesi praktik digitalisasi yang dipandu langsung oleh Bapak Berandi S., M.M. Peserta dibimbing untuk membuat UMKM terdaftar di Gmaps, serta praktik memasarkan produk dengan media sosial Instagram. Pendekatan hands-on ini terbukti efektif dalam meningkatkan pemahaman peserta karena mereka langsung mencoba dan mendapatkan umpan balik secara langsung.

Hasil dari kegiatan ini menunjukkan bahwa sebagian besar peserta yang awalnya belum memiliki pemahaman tentang pemasaran digital mulai menunjukkan ketertarikan dan pemahaman dasar mengenai digitalisasi UMKM. Berdasarkan observasi dan umpan balik lisan dari peserta, kegiatan

ini memberikan motivasi baru dan membuka wawasan mereka untuk memanfaatkan teknologi digital dalam menjalankan dan mengembangkan usaha mereka.

Secara keseluruhan, kegiatan pengabdian ini memberikan dampak positif, terutama dalam menumbuhkan semangat adaptasi digital bagi pelaku UMKM di Desa Batu Rusa. Antusiasme peserta menunjukkan bahwa program serupa perlu terus dilakukan secara berkelanjutan, disertai pendampingan lanjutan agar implementasi digitalisasi dapat berlangsung secara optimal.

Dokumentasi Kegiatan Pengabdian



Gambar 1. Penyerahan sertifikat kepada narasumber



Gambar 2. Pembukaan oleh Ketua Pengabdian

KESIMPULAN

Kegiatan pengabdian masyarakat ini telah memberikan pemahaman yang lebih mendalam kepada para pelaku UMKM di Desa Batu Rusa mengenai pentingnya digitalisasi dalam strategi pemasaran dan pengembangan usaha. Melalui sesi penyampaian materi dan praktik langsung, peserta memperoleh pengetahuan serta keterampilan dasar dalam menggunakan platform digital seperti media sosial untuk mempromosikan produk. Respon yang positif dari peserta menunjukkan adanya kebutuhan nyata akan peningkatan kapasitas digital pelaku UMKM agar dapat bertahan dan berkembang di tengah persaingan pasar yang semakin kompetitif.

Diperlukan kesinambungan kegiatan pelatihan digitalisasi UMKM secara berkala agar pengetahuan dan keterampilan yang telah diberikan dapat terus dikembangkan.

UCAPAN TERIMA KASIH

Tim pengabdian mengucapkan terima kasih kepada Lembaga Penelitian dan Pengabdian kepada Masyarakat (LPPM) Universitas Bangka Belitung atas dukungan pendanaan dalam program pengabdian ini melalui Dana Internal LPPM Tahun 2024. Ucapan terima kasih juga disampaikan kepada Pemerintah Desa Batu Rusa, seluruh pelaku UMKM, dan para pihak yang telah membantu kelancaran kegiatan ini. Semoga kegiatan ini memberikan manfaat nyata dan berkelanjutan bagi pengembangan UMKM di daerah tersebut.

DAFTAR PUSTAKA

- APJII. 2024. Jumlah Pengguna Internet Tahun 2024. <https://apjii.or.id/berita/d/apjii-jumlah-pengguna-internet-indonesia-tembus-221-juta-orang> Diakses tanggal 14 September 2025 Pukul 19.00.
- Ahluwalia, L., Nani, D. A., & Sari, T. D. R. (2022). Peningkatan Produktivitas UMKM Melalui Pelatihan Merk Produk dan Penyusunan Laporan Keuangan di Pekon Panggungrejo, Kabupaten Pringsewu. *Journal of Social Sciences and Technology for Community Service (JSSTCS)*, 3(1). <https://doi.org/10.33365/jsstcs.v3i1.1739>
- Firmansyah, F., Abia, A., & Layli, M. (2022). Sosialisasi Akuntansi dan Perpajakan Bagi Wajib Pajak UMKM Di Desa Lung Barang Kecamatan Mentarang Hulu Kabupaten Malinau. *RESWARA: Jurnal Pengabdian Kepada Masyarakat*, 3(2), 465–470. <https://doi.org/10.46576/rjpkm.v3i2.1872>.
- Slice Id, 2024. Trend Penggunaan Internet tahun 2024. <https://www.slice.id/blog/tren-pengguna-media-sosial-dan-digital-marketing-indonesia-2024>, Diakses tanggal 14 September 2025 Pukul 19.00.
- Suhardi, A. R., Marinda, V. S., Rohendra, T., Putra, I. G. S., & Budiawan, A. (2021). Pelatihan Digital Marketing Pada UMKM Binaan Kadin Jawa Barat Dalam Menghadapi Era New Normal. *Jurnal Pengabdian Dharma Laksana*, 3(2). <https://doi.org/10.32493/j.pdl.v3i2.8792>
- Wijayatri, R., Lestari, L., Benita, I. A., Narizki, M. J., & Octavianto, P. W. (2021). Strategi Digital Marketing dan Pengembangan Produk dalam Meningkatkan Daya Tarik Wisata Herbal di Desa Growong. *Community Empowerment*, 6(3). <https://doi.org/10.31603/ce.4314>
- Wulandari, Z., Alam, A., Purbo Tyas, G., & Syahidah, Y. (2021). Webinar Dan Pelatihan Digital Marketing sebagai upaya meningkatkan promosi produk UMKM. *Jurnal Pengabdian UntukMu NegeRI*, 5(2). <https://doi.org/10.37859/jpumri.v5i2.3055>