

Webinar UMKM: Implementasi Strategi Digitalisasi dalam Meningkatkan Daya Saing di Era Digital

Lilik Cahyani¹, Rikke Kurniawati^{1*}, Dwi Nur Laila Wati², I Putu Oka Surya Pratama³, Nurlivia Deviranty⁴, Novita Dwi Adelyah⁵

¹Program Studi Pendidikan Guru Sekolah Dasar, Universitas Nahdlatul Ulama Sidoarjo, Indonesia;

²Program Studi Manajemen, Universitas Nahdlatul Ulama Sidoarjo, Indonesia;

³Program Studi Desain Komunikasi Visual, Universitas Nahdlatul Ulama Sidoarjo, Indonesia;

⁴Program Studi Pendidikan Bahasa Inggris, Universitas Nahdlatul Ulama Sidoarjo, Indonesia;

⁵Program Studi Akuntansi, Universitas Nahdlatul Ulama Sidoarjo, Indonesia.

Abstrak

Kemajuan teknologi yang cepat telah mendorong digitalisasi di berbagai sektor, termasuk sektor UMKM. Digitalisasi memberikan peluang besar bagi UMKM untuk meningkatkan daya saing, efisiensi operasional, dan memperluas jangkauan pasar. Webinar bertema "Strategi Digitalisasi untuk Meningkatkan Daya Saing UMKM" diadakan untuk memberikan pemahaman dan strategi praktis kepada pelaku UMKM mengenai pentingnya digitalisasi dalam meningkatkan daya saing bisnis mereka di era digital. Menggunakan metode penyuluhan dan pelatihan interaktif, webinar ini menghadirkan studi kasus nyata serta sesi tanya jawab untuk meningkatkan pemahaman peserta.. Hasil dari webinar menunjukkan bahwa para peserta mendapatkan pemahaman yang lebih baik tentang cara memanfaatkan digitalisasi untuk memperluas jangkauan pasar dan meningkatkan *branding*. Selain itu, dukungan dari organisasi seperti HIPMI membantu UMKM dalam menghadapi tantangan digitalisasi. Webinar ini juga menunjukkan bahwa digitalisasi dapat meningkatkan efisiensi operasional dan akses pasar yang lebih luas bagi UMKM.

Kata kunci

Digitalisasi; Pengabdian Masyarakat; UMKM; Webinar

Abstract

Rapid technological advances have driven digitalization in various sectors, including the MSME sector. Digitalization provides great opportunities for MSMEs to increase competitiveness, and operational efficiency, and expand market reach. The webinar "Digitalization Strategy to Increase MSME Competitiveness" was held to provide an understanding and practical strategies to MSME players regarding the importance of digitalization in increasing their business competitiveness in the digital era. Using interactive counselling and training methods, this webinar presented real case studies and question-and-answer sessions to improve participants' understanding. The results of the webinar showed that participants gained a better understanding of how to utilize digitalization to expand market reach and improve branding. In addition, support from organizations such as HIPMI helps MSMEs face the challenges of digitalization. This webinar also showed that digitalization can improve operational efficiency and wider market access for MSMEs.

Keywords

Digitalization; Community Service; MSMEs; Webinar

Korespondensi
Rikke Kurniawati
rikkek.pgsd@unusida.ac.id

Pendahuluan

Perkembangan teknologi yang pesat mendorong masyarakat untuk berpikir lebih kritis dan inovatif dalam berbagai aspek kehidupan. Kemajuan ini melahirkan berbagai terobosan di berbagai sektor, termasuk sektor pemasaran, yang kini semakin terintegrasi dengan digitalisasi. Digitalisasi, yang merupakan proses transformasi informasi dari format analog ke format digital, memungkinkan penyimpanan, akses, dan pengolahan data secara lebih efisien (Putra, Solechan and Hartono, 2023; Widowati, Darasih and Ibrahim, 2023). Secara umum, digitalisasi melibatkan konversi dokumen fisik menjadi format elektronik melalui proses pemindaian, sehingga dapat dikelola, disimpan, dan ditransmisikan dengan lebih mudah menggunakan teknologi komputer. Kehadiran digitalisasi membuka peluang baru bagi masyarakat, terutama dalam sektor pemasaran, di mana pemanfaatan teknologi digital menjadi kunci utama dalam meningkatkan daya saing dan memperluas jangkauan pasar (Supriono *et al.*, 2024).

Digitalisasi UMKM merujuk pada pemanfaatan TIK di berbagai sektor bisnis yang meliputi manajemen keuangan, administrasi, produksi, dan pemasaran. Hal ini sejalan dengan penelitian yang menunjukkan bahwa digitalisasi dapat meningkatkan efisiensi operasional dan produktivitas UMKM melalui penggunaan platform digital seperti media sosial, *website*, *e-commerce*, dan aplikasi mobile lainnya (Irianto *et al.*, 2023; Andi Candra and Ahmad Pabulo, 2024; Suparjiman *et al.*, 2024). Pemanfaatan tersebut berkontribusi dalam mempercepat proses produksi, manajemen inventarisasi dan keuangan, serta pemasaran, sekaligus meningkatkan visibilitas dan daya saing di pasar global.

Digital marketing pada saat ini marak diterapkan dan akan memberikan *insight* maksimal jika dapat diterapkan pada Usaha Mikro Kecil dan Menengah (UMKM). UMKM memiliki peran yang sangat penting demi pemulihan perkonomian nasional. Apalagi jumlah UMKM di Indonesia mencapai 64,19 juta, dengan komposisi Usaha Mikro dan Kecil (UMK) yang sangat dominan yaitu sebanyak 64,13 juta atau sebesar 99,92% dari keseluruhan sektor usaha. Untuk dapat bertahan di era pandemi seperti ini, UMKM telah menggunakan berbagai cara dengan cara berjualan *offline*, *online*, maupun kombinasi keduanya. Namun, indeks kesiapan digital dan juga akses internet masih menjadi permasalahan utama yang dihadapi oleh pelaku usaha UMKM untuk beralih ke penjualan dan pemasaran digital. Penerapan pemasaran digital dengan harapan kedepannya mampu memberikan kesempatan calon konsumen mendapatkan banyak pemberitahuan terkait barang ataupun jasa. Strategi pemasaran digital ini lebih berwawasan ke depan diakibatkan calon konsumen.

Selain itu, tantangan yang dihadapi UMKM dalam mengembangkan bisnis mereka adalah keterbatasan akses pasar. UMKM seringkali kesulitan untuk memasarkan produk mereka secara efektif dan menjangkau pasar yang lebih luas. Sebagai apapun produk yang dihasilkan oleh pelaku usaha, tidak ada artinya bila pasarnya tidak tersedia. Oleh karena itu, *stakeholder* bisnis seperti pemerintah, komunitas bisnis atau asosiasi, dan akademisi, harus bisa membantu UMKM untuk memperluas pasar mereka, baik melalui teknologi digital maupun melalui kemitraan dengan perusahaan besar. Edukasi dan sosialisasi ini dilakukan menggunakan *audio visual* termasuk panduan atau cara menggunakan sosial media sebagai sarana promosi serta cara menggunakan *E-commerce* sebagai upaya untuk optimalisasi orderan dan layanan yang sangat dibutuhkan.

Pengabdian masyarakat di Sidoarjo berupa peran mahasiswa sebagai tenaga pengajar untuk meningkatkan pendidikan (Aisyah *et al.*, 2024) dan Inovasi pemanfaatan limbah sampah menjadi *paving block* (Madaniah *et al.*, 2024) telah dilaksanakan. Namun, pengabdian masyarakat terkait webinar UMKM: implementasi strategi digitalisasi dalam meningkatkan daya saing di era digital belum banyak dilakukan. Oleh karena itu, digitalisasi menjadi solusi utama dalam mengatasi tantangan ini, memberikan UMKM kesempatan untuk meningkatkan efisiensi operasional, memperluas pasar, dan meningkatkan daya saing. Sehingga webinar UMKM ini diadakan untuk memberikan pemahaman dan strategi praktis kepada para pelaku UMKM mengenai pentingnya digitalisasi dalam bisnis.

Metode

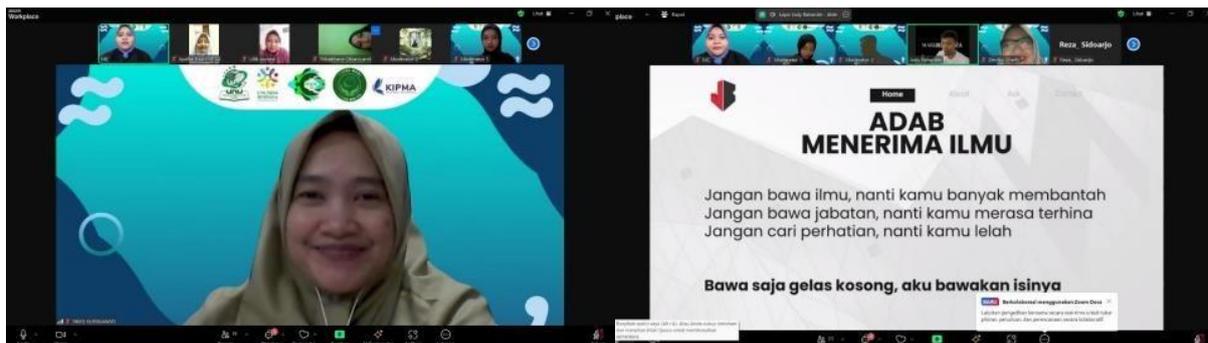
Pengabdian masyarakat ini didasarkan pada teori digitalisasi yang mengacu pada transformasi sistem konvensional menjadi berbasis digital, yang telah terbukti meningkatkan efisiensi dan daya saing usaha kecil dan menengah (UMKM).

Pendekatan pengabdian masyarakat yang digunakan adalah metode penyuluhan dan pelatihan interaktif sebagai sarana untuk mentransfer pengetahuan dan keterampilan. Kegiatan ini dilaksanakan di RT 04 RW 03 Desa Tebel, Gedangan selama bulan Agustus 2024. Para informan dalam pengabdian masyarakat ini terdiri dari pelaku UMKM yang menghadiri webinar, akademisi yang memiliki keahlian dalam digitalisasi bisnis, serta perwakilan organisasi yang mendukung pemberdayaan UMKM. Webinar ini menggunakan berbagai alat dan bahan seperti *platform* konferensi video, materi presentasi, dan studi kasus yang relevan untuk memperjelas konsep digitalisasi kepada peserta. Alur pengabdian masyarakat ini dimulai dari perencanaan dan persiapan materi, pelaksanaan webinar, hingga analisis data berdasarkan tanggapan peserta dan efektivitas penerapan strategi digitalisasi dalam usaha mereka.

Hasil dan Pembahasan

Hasil

Hasil dari webinar ini menunjukkan bahwa para peserta memperoleh pemahaman yang lebih mendalam tentang pentingnya digitalisasi dalam bisnis mereka. Melalui materi pertama yang disampaikan oleh Ibu Devika Cherly P, S.E., M.M., peserta memahami cara memanfaatkan *platform online shop* untuk memperluas jangkauan pasar dan meningkatkan *branding* seperti yang ditunjukkan pada gambar 1. Materi kedua yang disampaikan oleh Bapak Jody Baharizki menambah wawasan peserta tentang inisiatif dan dukungan yang tersedia dari HIPMI untuk membantu UMKM dalam proses digitalisasi. Hasilnya, banyak peserta yang tertarik untuk segera menerapkan strategi digitalisasi dalam usaha mereka dan memanfaatkan program yang ditawarkan oleh HIPMI.



Gambar 1. Kegiatan Pengabdian Masyarakat

Pembahasan

Kegiatan diawali dengan proses identifikasi permasalahan guna memahami tantangan yang dihadapi oleh UMKM secara mendalam. Pada tahap pendampingan berikutnya, dilakukan perumusan solusi serta penyusunan strategi yang relevan untuk meningkatkan daya saing UMKM. Pendampingan ini mencakup identifikasi kebutuhan peserta, penyampaian metode sosialisasi yang akan diterapkan, serta perencanaan keberlanjutan program. Selama proses ini, peserta diberikan kesempatan untuk mengungkapkan tantangan yang mereka hadapi, sehingga pendekatan yang digunakan dapat lebih tepat sasaran. Hasil dari kegiatan ini menghasilkan berbagai ide pemecahan masalah yang sesuai dengan kebutuhan mayoritas pelaku usaha, sehingga dapat diterapkan secara efektif dalam pengembangan bisnis mereka.

Mengembangkan produk yang kreatif tidak selalu menjamin penerimaan pasar dalam jangka panjang. Sebuah produk yang unik pun belum tentu mampu membangun loyalitas pelanggan jika tidak diimbangi dengan strategi pemasaran yang tepat. Selain keunikan, kualitas produk menjadi faktor utama yang mempengaruhi minat dan keputusan pembelian pelanggan. Produk yang berkualitas dan memiliki nilai tambah juga berkontribusi dalam membangun citra positif bagi bisnis. Strategi pemasaran kreatif diawali dengan menentukan tujuan. Apa yang ingin dicapai? Apakah ingin meningkatkan penjualan atau mendorong pelanggan untuk mengambil tindakan tertentu? Jawaban ini akan membantu menentukan media yang tepat dan konten yang akan dibuat untuk mencapai tujuan.

Selanjutnya, UMKM perlu menyusun rencana pemasaran yang strategis, termasuk penggunaan promosi, penawaran khusus, serta konten berkualitas yang dapat menarik dan mempertahankan pelanggan secara berkelanjutan.

Digitalisasi UMKM adalah proses berubahnya transaksi bisnis dari sistem konvensional ke sistem digital. Perubahan ini menawarkan banyak kemudahan kepada para pelaku UMKM. UMKM memiliki peran terhadap pertumbuhan perekonomian Indonesia sehingga menjadi penting bagi sebuah UMKM melakukan digitalisasi bisnis untuk meningkatkan performa dari sebuah usaha agar dapat naik kelas dan memiliki daya saing. Berdasarkan Kementerian Koperasi dan UKM mencatat bahwa pada 2022, jumlah UMKM yang telah memasuki ekosistem digital mencapai 20,76 juta unit. Jumlah itu sudah meningkat 26,6 persen dibandingkan pada tahun sebelumnya yang sebanyak 16,4 juta UMKM. Ini berarti sudah ada 32,44 persen dari 64 juta unit UMKM yang telah memasuki ekosistem digital. Bagi UMKM yang akan melakukan transformasi ke digitalisasi bisnis harus melakukan riset pasar, riset kompetitor, menentukan sistem digital serta menentukan media yang akan digunakan dalam sistem bisnis yang akan dijalankan. Digitalisasi pada bisnis memberikan banyak manfaat bagi para pelakunya, berupa kemudahan transaksi yang diberikan dan luasnya jangkauan.

Seluruh upaya digitalisasi UMKM akan meningkatkan pendapatan. Ini karena UMKM menyediakan akses pembayaran digital yang memudahkan konsumen untuk bertransaksi sekaligus memaksimalkan sistem pengelolaan keuangan secara digital. Selain itu, beberapa keunggulan lainnya adalah pengelolaan inventaris yang efisien, seperti penggunaan sistem otomatis untuk memantau dan mengelola stok produk; mencegah kekurangan atau kelebihan persediaan yang dapat mempengaruhi efisiensi. Kemudian akses pasar yang lebih luas. Misalnya dengan membangun toko *online* atau bermitra dengan *platform e-commerce*; menjangkau pelanggan di berbagai lokasi tanpa batasan geografis. Selain itu, kepuasan pelanggan ditingkatkan karena pemesanan dan pembayaran *online* untuk kenyamanan pelanggan; pelayanan pelanggan yang lebih cepat dan responsif melalui *platform digital*.

Webinar bertema "Strategi Digitalisasi untuk Meningkatkan Daya Saing UMKM" ini diadakan sebagai respon terhadap kebutuhan mendesak untuk memberdayakan UMKM melalui digitalisasi. Melalui kegiatan ini, diharapkan para pelaku UMKM mendapatkan pemahaman yang lebih baik tentang bagaimana teknologi digital dapat diterapkan dalam usaha mereka untuk meningkatkan daya saing, memperluas jangkauan pasar, dan menciptakan efisiensi operasional. Untuk menjawab tantangan yang dihadapi UMKM dalam era digital dan untuk mempersiapkan mereka menghadapi persaingan yang semakin ketat di pasar domestik dan internasional.

Selain itu, webinar ini menyoroti beberapa aspek kunci dari digitalisasi yang relevan bagi UMKM. Pertama, digitalisasi *online shop* dipandang sebagai langkah strategis yang dapat memberikan banyak manfaat, seperti penghematan biaya operasional, peningkatan penjualan, dan akses ke pasar yang lebih luas. Namun, untuk mencapai manfaat ini, UMKM perlu memahami *platform digital* yang paling sesuai dengan kebutuhan mereka dan cara mengelolanya secara efektif. Kedua, dukungan dari organisasi seperti HIPMI menjadi penting untuk membantu UMKM mengatasi tantangan dalam penerapan digitalisasi. HIPMI menyediakan berbagai program yang dirancang untuk membantu UMKM dalam hal pelatihan, akses ke jaringan bisnis, dan pendanaan. Kolaborasi antara UMKM dan HIPMI diyakini dapat mempercepat proses transformasi digital dan meningkatkan daya saing UMKM di pasar.

Limitasi

Kajian kegiatan pengabdian kepada masyarakat ini terbatas pada tingkat RT 04 RW 03 Desa Tebel Kecamatan Gedangan Kabupaten Sidoarjo.

Kesimpulan

Pengabdian masyarakat ini bertujuan untuk memberikan pemahaman dan strategi praktis kepada pelaku UMKM mengenai pentingnya digitalisasi dalam meningkatkan daya saing bisnis mereka di era digital. Hasil dari webinar menunjukkan bahwa peserta memperoleh wawasan yang lebih mendalam tentang manfaat digitalisasi, termasuk peningkatan efisiensi operasional, perluasan jangkauan pasar, dan optimalisasi branding melalui platform digital. Selain itu, dukungan dari organisasi seperti HIPMI terbukti membantu UMKM dalam menghadapi tantangan adopsi teknologi

digital. Melalui pendekatan interaktif berbasis penyuluhan dan pelatihan, kegiatan ini berhasil meningkatkan kesiapan digital pelaku usaha, yang diharapkan dapat berdampak positif terhadap pertumbuhan UMKM dalam jangka panjang.

Meskipun pengabdian masyarakat ini memberikan wawasan yang bermanfaat, terdapat beberapa keterbatasan, seperti cakupan wilayah yang terbatas serta kendala teknis dalam pelaksanaan webinar, seperti akses internet yang tidak merata. Dampak pengabdian masyarakat ini menunjukkan bahwa edukasi dan pendampingan digitalisasi bagi UMKM perlu terus dilakukan, baik melalui webinar, pelatihan langsung, maupun kemitraan dengan komunitas bisnis dan pemerintah. Dengan demikian, transformasi digital dapat berjalan lebih optimal dan berkelanjutan, memungkinkan UMKM untuk bersaing di pasar domestik maupun global.

Konflik Kepentingan

Tidak ada potensi konflik kepentingan yang relevan dengan artikel ini.

Ucapan Terima Kasih

Peneliti mengucapkan terima kasih kepada kepala desa, tokoh dan warga RT 04 RW 03 Desa Tebel Kecamatan Gedangan atas kerjasama dan dukungan sebagai mitra pengabdian kepada masyarakat.

Daftar Pustaka

Aisyah, S.N. *et al.* (2024) 'Peran Mahasiswa sebagai Tenaga Pengajar untuk Meningkatkan Pendidikan', *Nusantara Community Empowerment Review*, 2(2), pp. 133–138. Available at: <https://doi.org/10.55732/ncer.v2i2.1016>.

Andi Candra, Y.T. and Ahmad Pabulo, A.M. (2024) 'Pengaruh E-Payment Services dan E-Commerce Services Terhadap Kinerja UMKM yang Dimediasi oleh Digitalization Knowledge "Studi Kasus Pada UMKM Food and Beverage di Daerah Istimewa Yogyakarta"', *Ecobisma (Jurnal Ekonomi, Bisnis dan Manajemen)*, 11(1), pp. 48–61. Available at: <https://doi.org/10.36987/ecobi.v11i1.5296>.

Irianto, H. *et al.* (2023) 'Digitalisasi UMKM sebagai Upaya Peningkatan Pemasaran dan Penjualan Online di Desa Tengkluk', *Journal of Cooperative, Small and Medium Enterprise Development*, 1(2), p. 60. Available at: <https://doi.org/10.20961/cosmed.v1i2.66865>.

Madaniah, A.N. *et al.* (2024) 'Inovasi Pemanfaatan Limbah Sampah Menjadi Paving Block di Desa Kalanganyar Sidoarjo', *Nusantara Community Empowerment Review*, 2(2), pp. 37–42. Available at: <https://doi.org/10.55732/ncer.v2i2.1309>.

Putra, T.W.A., Solechan, A. and Hartono, B. (2023) 'Transformasi Digital Pada UMKM dalam Meningkatkan Daya Saing Pasar', *Jurnal Informatika Upgris*, 9(1). Available at: <https://doi.org/10.26877/jiu.v9i1.15096>.

Suparjiman *et al.* (2024) 'Digitalisasi UMKM sebagai Upaya Peningkatan Pemasaran Online di Desa Sindangpanon', *BEMAS: Jurnal Bermasyarakat*, 4(2), pp. 391–398. Available at: <https://doi.org/10.37373/bemas.v4i2.810>.

Supriono, A. *et al.* (2024) 'Penerapan Strategi Digital Marketing untuk Meningkatkan Penjualan UMKM Kakanan Dhis Trebungan di Era Digitalisasi', *Integritas: Jurnal Pengabdian*, 8(1), p. 232. Available at: <https://doi.org/10.36841/integritas.v8i1.4269>.

Widowati, D., Darasih, R. and Ibrahim, H.D. (2023) 'Digitalisasi Rantai Pasok Terhadap Kinerja Perusahaan yang Dimediasi Integrasi Internal', *Action Research Literate*, 7(9), pp. 97–116. Available at: <https://doi.org/10.46799/ar.v7i9.165>.