



Edukasi Pelatihan Transformasi Digitalisasi dalam Mendukung Kewirausahaan Berdampak pada Pendapatan Daerah

Digital Transformation Training and Education in Supporting Entrepreneurship Impacting Regional Revenue

Muhammad Tohir^{1*}, Yuliantini², Aang Gunawan³, Basri Fahriza⁴, Olfebri⁵

¹⁻⁵Institut Transportasi dan Logistik Trisakti, Jakarta, Indonesia

*Korespondensi penulis: mtohir817@gmail.com

Article History:

Received: April 01, 2025

Revised: April 15, 2025

Accepted: April 30, 2025

Published: Mei 03, 2025

Keywords: Digitalization, Entrepreneurship, Strategy, Training.

Abstract: This community service initiative aims to promote digitalization to strengthen local entrepreneurship, which in turn contributes to increasing regional revenue. The program focuses on training in using digital technologies, such as social media, online marketplaces, and digital marketing tools, to enhance business effectiveness. Mentoring is provided to help entrepreneurs understand and implement technology-based strategies in their operations. The results show an improvement in participants' digital skills and increased use of technology in business management, leading to higher business income. This growth is expected to contribute to regional revenue through more productive business sectors. Digital transformation has proven to be a strategic approach in fostering innovative and competitive local entrepreneurship.

Abstrak

Pengabdian kepada masyarakat ini bertujuan mendorong digitalisasi sebagai sarana penguatan kewirausahaan lokal yang berdampak pada peningkatan pendapatan daerah. Kegiatan difokuskan pada pelatihan pemanfaatan teknologi digital, seperti penggunaan media sosial, marketplace, dan alat pemasaran digital untuk mendukung efektivitas usaha. Pendampingan dilakukan untuk membantu pelaku usaha memahami dan menerapkan strategi berbasis teknologi dalam kegiatan operasional mereka. Hasil kegiatan menunjukkan peningkatan kemampuan digital peserta dan penggunaan teknologi dalam pengelolaan usaha, yang berdampak pada pertumbuhan pendapatan bisnis. Peningkatan ini diharapkan berkontribusi terhadap perluasan penerimaan daerah melalui sektor usaha produktif. Transformasi digital terbukti menjadi pendekatan strategis dalam memperkuat kewirausahaan lokal yang inovatif dan berdaya saing.

Kata Kunci: Digitalisasi, Kewirausahaan, Pelatihan, Strategi.

1. PENDAHULUAN

Kemajuan teknologi digital telah memberikan dampak signifikan di berbagai sektor, termasuk dalam dunia kewirausahaan. Digitalisasi membuka peluang bagi pengusaha untuk memperluas pasar, meningkatkan efisiensi, dan memperkuat daya saing bisnis mereka. Di tengah revolusi digital, kemampuan untuk mengintegrasikan teknologi dalam operasional bisnis menjadi kunci utama dalam mencapai kesuksesan, terutama bagi pelaku usaha di daerah berkembang (Syahputra et al., 2023).

Namun, tidak semua pelaku usaha memiliki akses atau pemahaman yang cukup terkait teknologi digital. Oleh karena itu, penting untuk mengadakan program edukasi dan pelatihan

sebagai sarana untuk meningkatkan keterampilan mereka dalam memanfaatkan teknologi secara efektif. Melalui pelatihan ini, pelaku usaha dapat mempelajari cara menggunakan media sosial, platform e-commerce, dan alat digital lainnya untuk mendukung pengelolaan bisnis yang lebih baik.

Peningkatan keterampilan digital ini tidak hanya berdampak pada pertumbuhan bisnis secara individu, tetapi juga berpotensi meningkatkan pendapatan daerah. Artikel ini mengeksplorasi pentingnya pelatihan digitalisasi dan kontribusinya terhadap pengembangan kewirausahaan dan pendapatan daerah (Putra et al., 2023).

Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah (UMKM) memainkan peran penting dalam perekonomian Indonesia. Kontribusinya terhadap Produk Domestik Bruto (PDB), penciptaan lapangan kerja, serta pemerataan ekonomi menjadikannya sektor strategis yang perlu mendapatkan perhatian lebih, terutama di era digital. Teknologi digital telah mengubah cara UMKM beroperasi, berinteraksi dengan konsumen, dan mengakses pasar yang lebih luas. Digitalisasi bukan lagi sekadar pilihan, tetapi suatu kebutuhan yang mendesak agar UMKM tetap dapat bertahan dan bersaing di tengah globalisasi dan disrupsi ekonomi (Nur et al., 2023).

Digitalisasi membuka peluang bagi UMKM untuk menjangkau pasar yang lebih luas tanpa dibatasi oleh lokasi geografis. Dengan adanya platform digital seperti marketplace, media sosial, dan website, UMKM dapat memasarkan produk mereka ke berbagai wilayah, bahkan hingga pasar internasional. Hal ini tentu membantu meningkatkan volume penjualan dan memperluas jangkauan pelanggan. Selain itu, digitalisasi juga menyederhanakan pengelolaan bisnis, mulai dari pencatatan keuangan berbasis aplikasi hingga pengelolaan inventori dan layanan pelanggan yang lebih efisien.

Selain meningkatkan efisiensi operasional, digitalisasi mendorong UMKM untuk lebih inovatif dalam mengembangkan produk atau layanan. Akses cepat terhadap informasi memungkinkan pengusaha untuk memahami tren pasar, kebutuhan konsumen, dan strategi pesaing. Dengan menggunakan data digital, UMKM dapat menganalisis perilaku konsumen dan merancang strategi pemasaran yang lebih terarah dan efektif. Hal ini tentunya dapat meningkatkan daya saing produk mereka di pasar yang semakin kompetitif (Hamid, 2022).

Namun, meskipun digitalisasi menawarkan banyak kemudahan, implementasinya menghadapi berbagai tantangan. Banyak pelaku UMKM yang belum memiliki pengetahuan atau keterampilan yang memadai untuk memanfaatkan teknologi digital secara optimal. Rendahnya literasi digital dan keterbatasan akses terhadap teknologi menjadi hambatan utama. Oleh karena itu, dukungan dari pemerintah, sektor swasta, dan lembaga pendidikan sangat diperlukan untuk menyediakan pelatihan, pendampingan, serta infrastruktur yang mendukung

digitalisasi UMKM (Sunarsi, 2020).

Dengan dukungan yang tepat, digitalisasi dapat menjadi solusi strategis dalam meningkatkan kapasitas dan daya saing UMKM. Selain itu, digitalisasi juga berdampak positif terhadap perekonomian daerah. Peningkatan produktivitas dan pendapatan UMKM akan berkontribusi pada pendapatan asli daerah melalui pajak, retribusi, dan penciptaan lapangan kerja baru. Oleh karena itu, percepatan transformasi digital di sektor UMKM harus menjadi prioritas bersama untuk menciptakan ekonomi lokal yang tangguh, inklusif, dan berkelanjutan (Nasution & Indria, 2021).

Tren penjualan online yang berkembang pesat saat ini telah mengubah lanskap bisnis secara signifikan. Konsumen semakin memilih untuk berbelanja secara daring melalui platform marketplace, media sosial, atau aplikasi mobile. Bagi pelaku UMKM, perubahan ini adalah tantangan sekaligus peluang besar untuk meningkatkan penjualan dan memperluas pasar (Suryatman et al., 2021).

Agar bisa bersaing dan berkembang dalam ekosistem digital, pengusaha UMKM perlu menerapkan beberapa strategi yang adaptif dan inovatif. Pertama, penting untuk membangun identitas merek yang kuat. UMKM harus mampu menciptakan citra produk yang konsisten dan menarik melalui desain visual yang menonjol, narasi merek yang relevan, dan komunikasi yang efektif dengan konsumen. Hal ini akan membangun kepercayaan dan loyalitas pelanggan, yang sangat penting di dunia digital yang penuh kompetisi (Merdekawati & Rosyanti, 2020).

Kedua, pengoptimalan penggunaan platform digital adalah langkah strategis yang penting. Pelaku UMKM perlu memanfaatkan berbagai kanal penjualan seperti marketplace (Tokopedia, Shopee, Bukalapak), media sosial (Instagram, Facebook, TikTok), atau bahkan membuat toko online sendiri. Memahami algoritma platform dan menggunakan fitur seperti iklan digital, live streaming, dan konten interaktif akan membantu meningkatkan visibilitas produk dan mendorong konversi penjualan (Firamadhina & Krisnani, 2020).

Ketiga, pelayanan pelanggan yang responsif dan profesional menjadi nilai tambah. Kecepatan dan kualitas respon terhadap pertanyaan atau keluhan pelanggan memengaruhi keputusan pembelian. Oleh karena itu, pengusaha UMKM perlu memastikan komunikasi yang baik, pengemasan yang menarik, dan pengiriman yang tepat waktu (Sanistasya et al., 2019).

Keempat, pemanfaatan data digital untuk analisis pasar adalah keunggulan kompetitif. Dengan menganalisis data transaksi, perilaku pelanggan, dan tren penjualan, UMKM dapat merancang strategi promosi yang lebih efektif, menentukan waktu yang tepat untuk meluncurkan produk baru, dan menetapkan harga sesuai dengan segmen pasar (Fajrillah & Sipahutar, 2023).

Kelima, kolaborasi dan kemitraan juga menjadi strategi penting. UMKM dapat bekerja sama dengan influencer lokal, komunitas digital, atau pelaku usaha lain untuk memperluas jangkauan pasar dan menciptakan nilai tambah bersama. Kolaborasi ini dapat meningkatkan eksposur dan memperkuat jejaring bisnis (Nathaniel, 2003).

Akhirnya, peningkatan kapasitas SDM dan literasi digital harus menjadi prioritas jangka panjang. Pengusaha UMKM perlu terus mengikuti pelatihan, belajar, dan terbuka terhadap perubahan untuk mengelola bisnis dengan pendekatan digital yang lebih efektif. Dengan menerapkan strategi-strategi ini secara konsisten, pelaku UMKM tidak hanya akan mampu bertahan, tetapi juga tumbuh secara berkelanjutan di era digital yang terus berkembang (Siregar, R. Y., Syahputra, R., dan Sinaga, 2021).

Secara keseluruhan, program edukasi dan pelatihan berbasis digitalisasi memiliki peran krusial dalam membantu UMKM untuk beradaptasi dan berkembang dalam dunia bisnis yang semakin digital.

Program Pengabdian kepada Masyarakat (PKM) memiliki peran strategis dalam menjembatani pengetahuan akademik dengan kebutuhan nyata di masyarakat. Di tengah era digital dan disrupsi teknologi yang begitu cepat, salah satu isu penting yang muncul adalah rendahnya adopsi teknologi digital oleh pelaku Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah (UMKM). Padahal, UMKM merupakan tulang punggung perekonomian nasional dan daerah. Transformasi digital tidak hanya menjadi tren global, tetapi juga kebutuhan esensial untuk memastikan keberlanjutan dan daya saing sektor usaha kecil di era modern. Oleh karena itu, PKM dengan fokus pada edukasi dan pelatihan transformasi digital bagi UMKM menjadi sangat urgen dan relevan.

Di banyak daerah, masih banyak pelaku UMKM yang belum memahami bagaimana memanfaatkan teknologi digital secara optimal untuk mengelola usaha, memasarkan produk, dan menjangkau pasar yang lebih luas. Tantangan seperti rendahnya literasi digital, keterbatasan akses terhadap pelatihan, dan minimnya pendampingan menjadi hambatan utama. Jika tidak diatasi, hal ini akan membuat UMKM tertinggal, bahkan tergerus oleh persaingan yang semakin kompetitif di era penjualan online. Di sinilah peran PKM menjadi sangat penting: sebagai katalisator perubahan sosial dan ekonomi melalui pemberdayaan berbasis ilmu pengetahuan dan teknologi.

Urgensi lainnya terletak pada potensi ekonomi daerah. Dengan meningkatkan kapasitas digital UMKM, akan terjadi peningkatan dalam produktivitas dan pendapatan pelaku usaha. Kegiatan usaha yang lebih efisien dan berkembang berkontribusi langsung terhadap pendapatan asli daerah (PAD), baik melalui pajak, retribusi, maupun penciptaan lapangan kerja

baru. Dengan demikian, program PKM yang mengusung transformasi digital tidak hanya berdampak pada individu pelaku usaha, tetapi juga pada pembangunan ekonomi daerah secara keseluruhan.

Selain itu, PKM ini juga memiliki dimensi sosial dan pendidikan. Mahasiswa dan dosen sebagai pelaksana kegiatan dapat berkontribusi nyata dalam menyelesaikan masalah sosial ekonomi, sekaligus memperkaya pengalaman akademik mereka melalui interaksi langsung dengan masyarakat. Proses ini membentuk sinergi antara institusi pendidikan tinggi dengan komunitas lokal, memperkuat peran perguruan tinggi sebagai agen perubahan sosial.

Dengan mempertimbangkan berbagai faktor tersebut, pelaksanaan PKM berbasis transformasi digital bukan hanya sekadar kegiatan pengabdian rutin, tetapi menjadi bagian penting dari upaya pemberdayaan ekonomi masyarakat yang inklusif, berkelanjutan, dan adaptif terhadap perubahan zaman. Tanpa intervensi nyata seperti ini, kesenjangan digital akan semakin melebar, dan potensi besar yang dimiliki UMKM di daerah akan sulit untuk dimaksimalkan.

2. METODE

Kegiatan Pengabdian kepada Masyarakat (PKM) ini diselenggarakan dalam bentuk edukasi dan pelatihan mengenai transformasi digital untuk pelaku Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah (UMKM) serta mahasiswa. Pelatihan dilakukan secara daring (online) melalui platform Zoom Meeting untuk menjangkau peserta secara luas dan efisien, tanpa terkendala oleh jarak geografis.

Pelatihan ini diadakan pada Senin, 28 April 2025, dari pukul 09.00 hingga 12.00 WIB. Materi disampaikan secara interaktif dengan menggunakan presentasi digital, sesi diskusi, dan demonstrasi langsung mengenai penggunaan media digital, seperti marketplace, media sosial untuk bisnis, dan alat pemasaran online.

Sebanyak 84 peserta hadir dalam kegiatan ini, yang terdiri dari pelaku UMKM lokal dan mahasiswa dari berbagai disiplin ilmu. Kehadiran peserta yang cukup banyak mencerminkan antusiasme mereka terhadap pentingnya transformasi digital dalam perkembangan usaha. Sebagai tambahan, materi pelatihan disediakan dalam bentuk file digital dan sesi tanya jawab juga dibuka untuk mendukung keterlibatan peserta secara langsung selama acara.

Metode daring ini dipilih untuk mempermudah akses, meningkatkan efisiensi waktu, serta memberikan fleksibilitas bagi peserta, sekaligus mengoptimalkan penggunaan teknologi dalam proses pembelajaran.

3. HASIL DAN PEMBAHASAN

Pelaksanaan seminar "Edukasi Pelatihan Transformasi Digital dalam Mendukung Kewirausahaan" yang diadakan pada 28 April 2025 melalui platform Zoom memberikan dampak signifikan baik bagi pelaku UMKM maupun mahasiswa yang ikut serta. Dengan melibatkan 84 peserta yang terdiri dari pengusaha UMKM lokal dan mahasiswa, seminar ini berhasil mencapai tujuan utamanya yaitu mengenalkan dan mengedukasi pentingnya transformasi digital untuk meningkatkan efisiensi dan daya saing usaha di era digital.

Sebelum Seminar: Sebelum pelatihan, banyak pelaku UMKM yang belum sepenuhnya menyadari potensi dan manfaat teknologi digital dalam menunjang perkembangan usaha mereka. Mayoritas UMKM, terutama yang berskala kecil dan mikro, masih bergantung pada metode tradisional dalam pemasaran, pengelolaan stok, serta transaksi jual beli. Banyak di antara mereka yang kesulitan menjangkau pasar yang lebih luas, terhambat oleh keterbatasan akses informasi terkait platform digital yang dapat meningkatkan penjualan mereka. Selain itu, rendahnya literasi digital juga menjadi kendala besar, dengan banyak pengusaha yang tidak tahu cara memulai pemasaran lewat media sosial atau e-commerce, yang menyebabkan mereka tertinggal meski memiliki produk berkualitas.

Selama Seminar: Selama seminar, peserta diberikan materi yang meliputi penggunaan platform digital, strategi pemasaran via media sosial, dan pengenalan alat digital untuk mendukung operasional usaha. Pendekatan interaktif dan sesi praktek langsung memungkinkan peserta untuk memahami cara memasarkan produk secara online, baik melalui marketplace maupun media sosial. Pelaku UMKM dilatih membuat konten pemasaran yang menarik, memanfaatkan fitur digital, dan mengoptimalkan proses transaksi jual beli daring. Sesi tanya jawab memberi kesempatan bagi peserta untuk menyampaikan pertanyaan dan memperoleh solusi praktis atas masalah yang mereka hadapi dalam mengimplementasikan teknologi. Antusiasme peserta sangat tinggi, terlihat dari banyaknya pertanyaan dan diskusi yang berlangsung selama seminar.

Setelah Seminar: Setelah seminar, perubahan langsung yang terlihat adalah peningkatan pemahaman dan keterampilan digital peserta. Pelaku UMKM mulai menyadari pentingnya memiliki kehadiran online untuk menjangkau lebih banyak konsumen dan meningkatkan penjualan. Beberapa peserta melaporkan bahwa mereka mulai memanfaatkan media sosial seperti Instagram dan Facebook untuk mempromosikan produk, serta menggunakan platform e-commerce untuk memperluas pasar. Mereka juga semakin memahami pentingnya membuat konten yang menarik untuk menarik perhatian pelanggan potensial.

Seminar ini juga membuka wawasan bagi para mahasiswa mengenai peluang dan tantangan dalam kewirausahaan berbasis teknologi. Mahasiswa tidak hanya mendapatkan pengetahuan seputar kewirausahaan, tetapi juga memahami bagaimana mengimplementasikan solusi digital untuk membantu UMKM berkembang di tengah perubahan zaman.

Secara keseluruhan, pelatihan ini berhasil meningkatkan literasi digital peserta dan mempercepat adopsi teknologi di kalangan UMKM. Beberapa UMKM melaporkan adanya peningkatan penjualan dalam waktu singkat setelah menerapkan strategi pemasaran digital yang mereka pelajari. Sementara itu, mahasiswa merasa lebih siap untuk terlibat dalam kewirausahaan digital dengan membawa ide-ide segar untuk menciptakan inovasi dalam bisnis berbasis teknologi.

Seminar ini tidak hanya berhasil mengedukasi peserta mengenai pentingnya transformasi digital, tetapi juga memberikan dampak positif dalam meningkatkan kemampuan digital UMKM dan mahasiswa. Melalui edukasi dan pendampingan yang tepat, peserta kini lebih siap mengadaptasi dan memanfaatkan teknologi digital untuk mengembangkan usaha mereka. Program pengabdian ini menunjukkan bahwa dengan bantuan yang tepat, pelaku UMKM dapat mengatasi tantangan digitalisasi dan bertransformasi untuk menjadi lebih kompetitif di pasar global.

Diskusi

Dalam era globalisasi yang semakin berkembang, digitalisasi menjadi salah satu faktor utama dalam transformasi berbagai sektor kehidupan, termasuk kewirausahaan. Untuk menghadapi tantangan globalisasi dan kemajuan teknologi yang pesat, banyak pelaku usaha, khususnya Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah (UMKM), mulai mengintegrasikan teknologi digital untuk meningkatkan efisiensi operasional dan daya saing mereka. Pembahasan mengenai peran digitalisasi dalam mendukung kewirausahaan dan meningkatkan pendapatan daerah ini sangat relevan, mengingat perubahan besar yang terjadi pada pasar lokal dan global.

Pentingnya Digitalisasi dalam Kewirausahaan

Kewirausahaan di Indonesia sangat bergantung pada inovasi dan kemampuan untuk beradaptasi dengan perubahan pasar. Digitalisasi memberikan berbagai peluang bagi UMKM untuk berkembang. Salah satu aspek utama yang dibahas adalah bagaimana digitalisasi dapat memperluas pasar. Dengan menggunakan platform e-commerce dan media sosial, UMKM dapat menjangkau konsumen dari berbagai lokasi, bahkan internasional, tanpa terhalang jarak. Ini membuka peluang untuk meningkatkan volume penjualan yang sebelumnya tidak mungkin

tercapai dengan metode pemasaran tradisional.

Salah satu manfaat utama digitalisasi adalah kemampuannya untuk meningkatkan efisiensi dan produktivitas usaha. Penggunaan aplikasi untuk manajemen inventaris, pencatatan keuangan, dan pengelolaan transaksi memungkinkan pelaku UMKM fokus pada aspek kreatif dan pengembangan produk. Dengan sistem digital yang terintegrasi, proses bisnis menjadi lebih cepat, akurat, dan terukur, yang mengurangi biaya operasional sekaligus meningkatkan kualitas produk dan layanan kepada pelanggan.

Dampak Digitalisasi terhadap Pendapatan Daerah

Salah satu hal menarik yang dibahas dalam diskusi adalah bagaimana digitalisasi membantu meningkatkan pendapatan daerah. UMKM yang sukses mengadopsi teknologi digital tidak hanya memperbesar pendapatan mereka, tetapi juga memberikan kontribusi positif pada perekonomian daerah. Dengan digitalisasi, UMKM dapat memperluas pasar, yang mengarah pada peningkatan omzet dan pendapatan daerah melalui pajak serta retribusi. Ini juga berpotensi menciptakan lapangan pekerjaan baru yang penting untuk menurunkan tingkat pengangguran di daerah.

Tantangan dalam Implementasi Digitalisasi

Meskipun digitalisasi memiliki potensi besar, pelaku UMKM menghadapi beberapa tantangan dalam penerapannya. Salah satu hambatan utama adalah rendahnya literasi digital di kalangan pengusaha, terutama di daerah yang kurang berkembang. Banyak UMKM kesulitan dalam menggunakan platform digital seperti e-commerce, media sosial untuk pemasaran, atau aplikasi manajemen usaha, yang menyebabkan mereka enggan mengadopsi teknologi meskipun banyak peluang untuk meningkatkan bisnis mereka.

Selain itu, infrastruktur digital yang terbatas juga menjadi kendala. Di beberapa daerah, jaringan internet yang tidak stabil menghambat UMKM dalam beroperasi secara digital. Untuk mengatasi hal ini, dukungan dari pemerintah dan sektor swasta sangat diperlukan dalam menyediakan pelatihan, akses internet yang lebih baik, dan perangkat yang lebih memadai.

Peran Pemerintah dan Kolaborasi dalam Mendukung Digitalisasi UMKM

Dalam diskusi tersebut, juga dibahas tentang pentingnya peran pemerintah dalam mendorong digitalisasi UMKM. Pemerintah di berbagai tingkat harus memberikan insentif dan fasilitas yang mendukung pengembangan usaha berbasis teknologi. Salah satu langkah yang perlu diperkuat adalah pelatihan dan pendampingan bagi pelaku UMKM untuk menguasai

keterampilan digital. Selain itu, pemerintah dapat memperkenalkan program-program yang mendorong kerjasama antara UMKM dan perusahaan teknologi untuk mempercepat adopsi digital.

Kolaborasi antara sektor publik, swasta, dan dunia pendidikan juga sangat penting. Perguruan tinggi, misalnya, dapat berperan dalam menyediakan pelatihan berbasis riset dan pengembangan teknologi yang relevan dengan kebutuhan UMKM. Kolaborasi ini akan menghasilkan solusi yang lebih efektif dan berkelanjutan untuk membantu UMKM mengatasi tantangan digitalisasi.

Diskusi mengenai transformasi digitalisasi dalam mendukung kewirausahaan dan peningkatan pendapatan daerah menegaskan bahwa digitalisasi bukan sekadar pilihan, melainkan kebutuhan yang sangat vital untuk kelangsungan dan perkembangan UMKM. Dengan teknologi yang tepat, UMKM bisa meningkatkan daya saing, memperluas pasar, dan akhirnya berkontribusi lebih besar terhadap perekonomian daerah. Untuk itu, diperlukan sinergi antara pemerintah, sektor swasta, dan masyarakat, serta peningkatan literasi digital secara luas. Digitalisasi tidak hanya menguntungkan UMKM secara individu, tetapi juga memperkuat perekonomian daerah dan mempercepat pembangunan ekonomi yang inklusif dan berkelanjutan.

4. KESIMPULAN

Transformasi digitalisasi dalam mendukung kewirausahaan, terutama Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah (UMKM), adalah suatu langkah strategis yang sangat penting di era digital ini. Seiring dengan pesatnya perkembangan teknologi dan perubahan perilaku konsumen, UMKM harus mampu beradaptasi agar tetap relevan dan kompetitif dalam pasar yang semakin global. Digitalisasi tidak hanya memberikan kemudahan dalam mengakses pasar yang lebih luas, tetapi juga membuka peluang untuk meningkatkan efisiensi operasional, memperbaiki layanan pelanggan, dan mendorong inovasi yang lebih cepat. Namun, untuk mengoptimalkan potensi digitalisasi, pengusaha UMKM harus mampu menghadapi berbagai tantangan yang ada, baik dari segi literasi digital, keterbatasan akses teknologi, maupun peraturan yang perlu mendukung perkembangan digitalisasi di sektor ini.

Salah satu keuntungan utama dari digitalisasi adalah kemampuannya untuk memperluas pasar UMKM. Melalui platform digital seperti e-commerce dan media sosial, UMKM dapat mengakses konsumen dari berbagai daerah, bahkan luar negeri, tanpa terbatas oleh jarak geografis. Ini sangat menguntungkan bagi UMKM yang sebelumnya terkendala oleh batasan pasar lokal. Selain itu, digitalisasi memungkinkan para pengusaha untuk melakukan pemasaran

yang lebih tepat sasaran dan efisien, seperti menggunakan iklan berbayar di media sosial atau berjualan di marketplace yang telah memiliki basis pengguna yang besar. Dengan demikian, digitalisasi membuka peluang untuk meningkatkan volume penjualan yang sebelumnya tidak terjangkau dengan metode tradisional.

Namun, digitalisasi juga menuntut peningkatan kapasitas dari pelaku UMKM dalam hal literasi digital. Banyak pengusaha UMKM yang masih kesulitan dalam memanfaatkan teknologi secara maksimal. Mereka seringkali tidak mengetahui cara menggunakan platform online untuk memasarkan produk, mengelola inventaris, atau mengatur keuangan secara digital. Oleh karena itu, penting untuk memberikan pelatihan dan pendampingan yang dapat membantu mereka memahami berbagai alat digital yang dapat meningkatkan produktivitas dan daya saing usaha mereka.

Tidak hanya itu, keterbatasan infrastruktur digital juga menjadi kendala yang tidak bisa diabaikan. Di beberapa daerah, masih terdapat masalah terkait dengan akses internet yang tidak stabil atau lambat, yang tentunya menghambat proses digitalisasi UMKM. Infrastruktur yang memadai, seperti jaringan internet yang cepat dan aksesibilitas teknologi yang lebih terjangkau, menjadi faktor penentu untuk keberhasilan digitalisasi di sektor UMKM. Pemerintah, dalam hal ini, memiliki peran yang sangat penting dalam mendukung pembangunan infrastruktur digital yang merata di seluruh wilayah, termasuk daerah-daerah terpencil yang sulit dijangkau.

Peningkatan literasi digital tidak hanya melibatkan pelatihan teknis, tetapi juga perubahan pola pikir pengusaha UMKM dalam melihat peluang yang ada di dunia digital. Dengan pendekatan yang tepat, pelatihan digitalisasi dapat memberikan pemahaman yang lebih luas mengenai bagaimana cara membangun branding yang kuat, memanfaatkan analitik untuk memahami perilaku konsumen, serta mengelola hubungan dengan pelanggan secara lebih efisien. Di samping itu, penting juga untuk memberikan pemahaman tentang bagaimana menggunakan teknologi untuk meningkatkan efisiensi operasional, mulai dari manajemen stok, pengelolaan keuangan, hingga pengiriman barang yang lebih cepat dan tepat.

Di sisi lain, digitalisasi juga memberikan dampak yang signifikan terhadap perekonomian daerah. Ketika UMKM mengadopsi teknologi, mereka tidak hanya meningkatkan pendapatan usaha mereka, tetapi juga turut berkontribusi pada peningkatan pendapatan daerah melalui pajak dan retribusi. Selain itu, peningkatan kapasitas digital UMKM akan menciptakan peluang untuk membuka lapangan pekerjaan baru, yang pada gilirannya akan mengurangi angka pengangguran dan meningkatkan kualitas hidup masyarakat di daerah tersebut.

Oleh karena itu, dukungan dari berbagai pihak, baik pemerintah, sektor swasta, maupun perguruan tinggi, sangat diperlukan dalam mempercepat adopsi teknologi di kalangan UMKM. Kolaborasi ini akan memastikan bahwa UMKM dapat berkembang dengan cara yang berkelanjutan dan dapat memanfaatkan teknologi untuk meningkatkan daya saingnya. Dengan demikian, digitalisasi bukan hanya sekadar proses adopsi teknologi, tetapi juga merupakan upaya untuk menciptakan ekosistem kewirausahaan yang lebih inovatif, inklusif, dan berdaya saing tinggi. Ke depan, transformasi digital ini diharapkan dapat menjadi kunci sukses bagi UMKM dalam menghadapi tantangan ekonomi global dan menciptakan perekonomian daerah yang lebih tangguh dan berkelanjutan.

PENGAKUAN/ACKNOWLEDGEMENTS

Kami menyampaikan rasa terima kasih yang mendalam kepada semua pihak yang telah berkontribusi dalam penyelenggaraan kegiatan Pengabdian kepada Masyarakat (PKM) dengan tema "*Transformasi Digitalisasi dalam Mendukung Kewirausahaan*". Khususnya, kami mengucapkan terima kasih kepada para peserta, baik pelaku UMKM maupun mahasiswa, yang telah aktif berpartisipasi dalam seminar ini dan menunjukkan antusiasme yang luar biasa. Kehadiran serta keterlibatan Anda semua adalah bukti komitmen untuk terus berkembang dan beradaptasi dengan perubahan zaman.

Kami juga ingin menyampaikan apresiasi kepada tim penyelenggara, dosen, dan mahasiswa yang telah memberikan peran penting dalam mempersiapkan serta menjalankan acara ini. Tanpa dukungan dan kerja keras dari seluruh pihak, kegiatan ini tidak akan dapat terlaksana dengan sukses.

Sebagai penutup, kami berharap pelatihan ini dapat memberikan manfaat yang nyata bagi pengembangan usaha dan kesejahteraan masyarakat. Kami juga berharap agar hubungan kerjasama yang produktif antar semua pihak terus berlanjut demi tercapainya tujuan bersama.

Terima kasih atas perhatian dan kerjasama yang luar biasa!

DAFTAR REFERENSI

- Fajrillah, R. N., & Sipahutar, A. A. (2023). Analisis konsumen terhadap jual beli di e-commerce dalam hukum Islam. *Jurnal Akuntansi, Manajemen dan Ekonomi Digital (JAMED)*, 3(2), 12–20.
- Firamadhina, F. I. R., & Krisnani, H. (2020). Perilaku generasi Z terhadap penggunaan media sosial TikTok: TikTok sebagai media edukasi dan aktivisme. *Share Social Work Journal*, 10(2), 199–208.
- Hamid, R. S. (2022). Analisis dampak aktivitas pemasaran media sosial terhadap kepercayaan. *Jesya*, 5(2), 1563–1570. <https://doi.org/10.36778/jesya.v5i2.774>
- Merdekawati, E., & Rosyanti, N. (2020). Faktor-faktor yang mempengaruhi keberhasilan UMKM (studi kasus pada UMKM di Kota Bogor). *JIAFE (Jurnal Ilmiah Akuntansi Fakultas Ekonomi)*, 5(2), 165–174.
- Nasution, E. Y., & Indria, T. (2021). Digitalisasi UMKM di masa pandemi. *Prosiding Seminar Nasional Kewirausahaan*, 2(1), 797–805.
- Nathaniel, R. (2003). *Pengantar bisnis*. Uwais Inspirasi Indonesia.
- Nur, D. R., Gultom, T., Dewi, I. I., & Maliki, B. I. (2023). Study literature: Strategi pengembangan wirausaha kecil menengah masyarakat desa dan bisnis yang tangguh untuk. *Bussman Journal: Indonesian Journal of Business and Management*, 3(3), 1147–1165. <https://doi.org/10.59024/jise.v3i1.1102>
- Putra, S. Z., Harianto, S. T., & Matondang, Y. C. (2023). Analisis pengaruh e-commerce: Studi literatur terhadap pertumbuhan ekonomi UMKM. *Jurnal Ilmiah Sistem Informasi dan Ilmu Komputer*, 3(2), 119–131.
- Sanistasya, P. A., Raharjo, K., & Iqbal, M. (2019). The effect of financial literacy and financial inclusion on small enterprises performance in East Kalimantan. *Jurnal Economia*, 15(1), 48–59. <https://doi.org/10.21831/economia.v15i1.23192>
- Siregar, R. Y., Syahputra, R., & Sinaga, R. M. (2021). Pengaruh inovasi produk terhadap kinerja bisnis perusahaan. *Jurnal Manajemen dan Kewirausahaan*, 13(1), 15–27.
- Sunarsi, D. (2020). *Implikasi digitalisasi UMKM*. Digitalisasi UMKM.
- Suryatman, T. H., Kosim, M. E., & Samudra, G. E. (2021). Perencanaan strategi pemasaran dengan analisis SWOT dalam upaya meningkatkan penjualan sepatu Adidas di PT. Panarub Industry. *Journal Industrial Manufacturing*, 6(1), 43. <https://doi.org/10.31000/jim.v6i1.4117>
- Syahputra, R. A., Putri, C. W. A., Maliza, N. O., & Lestari, R. (2023). Peningkatan kemampuan branding UMKM melalui proses digitalisasi bisnis. *Jurnal Pengabdian Kepada Masyarakat Nusantara*, 4(1), 521–527.