

Transformasi Digital UMKM: Pelatihan Manajemen Bisnis Berbasis Teknologi untuk Meningkatkan Daya Saing Pasar Digital

Firdaus Yuni Dharta¹, Edinur ilham², Balla Wahyu Budiarto³, Erasma⁴, Nurnaningsih Utiarahman⁵

¹Universitas Singaperbangsa Karawang, ²Universitas Maritim Raja Ali Haji, ³Politeknik Perkeretaapian Indonesia Madiun, ⁴Universitas Nias Raya, ⁵Universitas Gorontalo

e-mail: ¹firdaus.yunidharta@fisip.unsika.ac.id, ²edinurilhamlecture@umrah.ac.id, ³balla@ppi.ac.id,
⁴erasmafau@gmail.com, ⁵nurnaningsihutiarahman19@gmail.com

Abstrak

Kegiatan pengabdian kepada masyarakat ini bertujuan untuk mendukung transformasi digital Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah (UMKM) melalui pelatihan manajemen bisnis berbasis teknologi dalam rangka meningkatkan daya saing di pasar digital. UMKM memiliki peran strategis dalam perekonomian nasional, namun banyak pelaku usaha yang masih menghadapi tantangan dalam pemanfaatan teknologi digital, baik dalam hal pemasaran, pengelolaan keuangan, maupun operasional usaha. Kegiatan ini dilaksanakan melalui metode pelatihan intensif, pendampingan teknis, serta praktik langsung penggunaan aplikasi digital seperti platform e-commerce, media sosial bisnis, dan perangkat lunak akuntansi sederhana. Sasaran kegiatan adalah pelaku UMKM di wilayah karawang, dengan pendekatan partisipatif agar peserta dapat secara aktif menerapkan materi dalam bisnis mereka masing-masing. Hasil kegiatan menunjukkan peningkatan signifikan dalam pemahaman peserta terhadap pentingnya digitalisasi bisnis, kemampuan dalam mengelola dan memasarkan produk secara daring, serta penggunaan teknologi untuk efisiensi manajemen usaha. Evaluasi dilakukan melalui pre-test dan post-test, wawancara, serta observasi lapangan, yang memperlihatkan adanya perubahan positif dalam pola pikir dan praktik bisnis peserta. Dengan demikian, pelatihan ini memberikan kontribusi nyata dalam memperkuat ketahanan dan daya saing UMKM di era ekonomi digital.

Kata kunci: UMKM, Transformasi Digital, Manajemen Bisnis, Teknologi, Pasar Digital.

Abstract

This community service activity aims to support the digital transformation of Micro, Small, and Medium Enterprises (UMKM) through technology-based business management training in order to increase competitiveness in the digital market. UMKM play a strategic role in the national economy, but many business actors still face challenges in utilizing digital technology, both in terms of marketing, financial management, and business operations. The program is implemented through intensive training, technical mentoring, and hands-on practice using digital applications such as e-commerce platforms, business social media, and simple accounting software. The target audience is UMKM in the Karawang region, with a participatory approach to enable participants to actively apply the material in their respective businesses. The results of the activity showed a significant increase in participants' understanding of the importance of business digitalization, their ability to manage and market products online, and their use of technology for business management efficiency. Evaluation was conducted through pre-tests and post-tests, interviews, and field observations, which revealed positive changes in participants' business mindset and practices. Thus, this training program has made a tangible contribution to strengthening the resilience and competitiveness of UMKM in the digital economy era.

Keywords: UMKM, Digital Transformation, Business Management, Technology, Digital Market.

1. PENDAHULUAN

Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah (UMKM) merupakan tulang punggung perekonomian Indonesia [1]. Peran strategis UMKM tidak hanya dalam penciptaan lapangan kerja, tetapi juga sebagai motor penggerak ekonomi lokal dan nasional. Namun, di tengah berkembangnya era digital dan meningkatnya persaingan global, UMKM menghadapi tantangan besar dalam hal

adaptasi terhadap teknologi informasi dan komunikasi. Banyak pelaku UMKM masih menjalankan usahanya secara konvensional, sehingga kesulitan dalam memperluas pasar, meningkatkan efisiensi operasional, dan mengelola bisnis secara profesional [2].

Transformasi digital menjadi kebutuhan mendesak agar UMKM dapat bersaing di pasar yang semakin mengarah pada sistem digital [3]. Digitalisasi manajemen bisnis, yang mencakup pengelolaan keuangan berbasis aplikasi, strategi pemasaran digital, serta pemanfaatan platform e-commerce dan media sosial, menjadi kunci dalam meningkatkan produktivitas dan daya saing usaha kecil [4]. Sayangnya, masih banyak pelaku UMKM yang belum memiliki pengetahuan dan keterampilan yang memadai untuk mengimplementasikan teknologi dalam bisnis mereka [5].

Berdasarkan permasalahan tersebut, tim pengabdian kepada masyarakat melaksanakan kegiatan pelatihan manajemen bisnis berbasis teknologi yang difokuskan pada pelaku UMKM di wilayah Karawang [6]. Kegiatan ini bertujuan untuk memberikan pemahaman, keterampilan, dan pendampingan secara langsung agar pelaku UMKM mampu melakukan transformasi digital dalam pengelolaan usaha mereka [7]. Melalui pendekatan partisipatif dan metode pelatihan aplikatif, peserta diajak untuk mengenal dan mempraktikkan langsung penggunaan teknologi seperti aplikasi akuntansi sederhana, platform e-commerce, dan media sosial bisnis [8].

Diharapkan, kegiatan pengabdian ini tidak hanya meningkatkan pengetahuan teknis para pelaku usaha, tetapi juga membentuk pola pikir digital yang adaptif terhadap perubahan zaman. Dengan demikian, pelaku UMKM di Karawang dapat lebih siap dalam menghadapi tantangan pasar digital dan memperkuat eksistensinya dalam persaingan ekonomi berbasis teknologi [9].

2. METODE

Kegiatan pengabdian kepada masyarakat ini dilaksanakan melalui serangkaian tahapan yang dirancang secara sistematis dan terstruktur guna mencapai tujuan transformasi digital UMKM di wilayah Karawang [10]. Metode pelaksanaan difokuskan pada pendekatan partisipatif, aplikatif, dan berbasis kebutuhan mitra UMKM agar hasil kegiatan dapat memberikan dampak langsung dan berkelanjutan terhadap peningkatan kapasitas manajemen bisnis berbasis teknologi [11].

Tahapan pertama adalah observasi dan identifikasi kebutuhan mitra. Tim pengabdian melakukan survei awal dan wawancara langsung dengan pelaku UMKM yang menjadi sasaran program. Tujuannya adalah untuk menggali informasi mengenai kondisi usaha, tantangan yang dihadapi, tingkat literasi digital, serta potensi adopsi teknologi dalam kegiatan usaha sehari-hari. Berdasarkan hasil identifikasi ini, materi pelatihan disusun secara kontekstual dan sesuai dengan kebutuhan lapangan.

Tahapan kedua adalah perancangan modul dan materi pelatihan. Tim menyusun materi yang meliputi tiga aspek utama, yaitu: 1) Manajemen bisnis digital, meliputi perencanaan usaha, pencatatan keuangan digital, dan pengelolaan sumber daya; 2) Pemasaran digital, yang mencakup penggunaan media sosial (Instagram, Facebook, WhatsApp Business), strategi konten, dan branding produk; 3) Pemanfaatan platform *e-commerce*, seperti Tokopedia, Shopee, dan marketplace lokal lainnya, termasuk teknik upload produk, pengelolaan pesanan, dan layanan pelanggan.

Tahapan ketiga adalah pelaksanaan pelatihan dan pendampingan teknis. Pelatihan dilaksanakan secara tatap muka selama dua hari dalam bentuk workshop intensif, di mana peserta mendapatkan materi teori dan praktik secara langsung. Setiap sesi disertai dengan

simulasi penggunaan aplikasi digital, studi kasus, diskusi kelompok, dan praktik mandiri. Dalam tahap ini, peserta diajak untuk membuat akun bisnis, mengelola konten digital, mencatat transaksi menggunakan aplikasi sederhana (seperti BukuKas atau Akuntansi UKM), serta mencoba memasarkan produk melalui platform daring.

Tahapan keempat adalah pendampingan pascapelatihan, yang dilakukan selama dua hari setelah kegiatan utama selesai. Pendampingan dilakukan secara daring melalui grup WhatsApp dan kunjungan lapangan terbatas. Dalam fase ini, peserta didampingi untuk mengatasi kendala teknis, mendapatkan bimbingan lanjutan, dan memantau progres implementasi teknologi dalam kegiatan usahanya.

Tahapan terakhir adalah evaluasi dan monitoring hasil kegiatan. Evaluasi dilakukan menggunakan metode pre-test dan post-test untuk mengukur peningkatan pengetahuan peserta. Selain itu, dilakukan wawancara mendalam dan observasi untuk menilai perubahan perilaku, adopsi teknologi, dan efektivitas materi pelatihan. Seluruh data dikumpulkan dan dianalisis secara deskriptif untuk mengetahui sejauh mana pengabdian ini berdampak pada peningkatan kapasitas digital UMKM. Melalui metode ini, diharapkan program pengabdian tidak hanya bersifat informatif, tetapi juga transformatif, di mana pelaku UMKM mampu menerapkan teknologi secara mandiri dalam mengelola dan mengembangkan usahanya di pasar digital.

3. HASIL DAN PEMBAHASAN

Pelaksanaan kegiatan pengabdian kepada masyarakat dengan tema Transformasi Digital UMKM: Pelatihan Manajemen Bisnis Berbasis Teknologi untuk Meningkatkan Daya Saing Pasar Digital berjalan dengan lancar dan sesuai dengan rencana. Kegiatan ini dilaksanakan di wilayah Karawang dan diikuti oleh 30 pelaku UMKM dari berbagai sektor usaha, antara lain kuliner, fashion, kerajinan tangan, serta jasa. Peserta kegiatan sebagian besar merupakan pelaku usaha dengan latar belakang pendidikan menengah dan memiliki keterbatasan dalam pemanfaatan teknologi digital dalam kegiatan usahanya.

Pada tahap awal, hasil observasi dan identifikasi kebutuhan menunjukkan bahwa sebagian besar peserta belum familiar dengan penggunaan platform digital untuk keperluan usaha. Sebagian besar masih mencatat transaksi secara manual, memasarkan produk secara offline, dan belum memiliki strategi branding yang baik. Hal ini menunjukkan adanya kesenjangan digital yang cukup signifikan dan menjadi dasar kuat untuk penyusunan materi pelatihan yang relevan.

Kegiatan pelatihan berlangsung selama dua hari dan mencakup tiga materi utama, yaitu manajemen bisnis digital, pemasaran digital, dan pemanfaatan platform e-commerce. Selama pelatihan, peserta terlihat antusias dan aktif mengikuti setiap sesi, terutama pada bagian praktik langsung. Mereka diberikan kesempatan untuk membuat akun bisnis media sosial, mengunggah produk di marketplace, serta mencatat transaksi penjualan menggunakan aplikasi akuntansi digital. Praktik ini memberikan pemahaman langsung kepada peserta tentang bagaimana teknologi dapat mempermudah dan memperluas jangkauan usaha mereka.

Berdasarkan hasil pre-test dan post-test, terjadi peningkatan rata-rata skor pemahaman peserta sebesar 42%. Sebelum pelatihan, sebagian besar peserta belum mengetahui cara membuat akun toko di marketplace maupun strategi pemasaran digital yang efektif. Namun setelah pelatihan, peserta mampu membuat konten promosi sederhana, menggunakan fitur bisnis di media sosial, serta memahami pentingnya pencatatan keuangan digital.

Selain itu, hasil wawancara dan observasi lapangan setelah pelatihan menunjukkan bahwa sebagian peserta telah mulai mengimplementasikan pengetahuan yang didapat. Misalnya,

beberapa peserta mulai rutin mengunggah produk di media sosial, memanfaatkan WhatsApp Business untuk komunikasi dengan pelanggan, serta mulai mencatat pemasukan dan pengeluaran dengan aplikasi BukuKas. Pendampingan pascapelatihan yang dilakukan melalui grup WhatsApp dan kunjungan terbatas juga berjalan efektif dalam memberikan solusi atas kendala teknis yang dihadapi peserta.

Kendala yang ditemukan selama pelatihan umumnya berkaitan dengan keterbatasan perangkat (seperti tidak semua peserta memiliki laptop atau smartphone yang mendukung) serta keterbatasan sinyal internet di beberapa lokasi. Namun, kendala ini dapat diatasi dengan metode pembelajaran yang fleksibel, penggunaan perangkat secara bergantian, dan pemberian panduan cetak/manual untuk peserta.

Secara umum, pelaksanaan pengabdian ini memberikan dampak positif terhadap peningkatan literasi digital dan kemampuan manajerial pelaku UMKM. Selain menumbuhkan kesadaran akan pentingnya digitalisasi, kegiatan ini juga membekali peserta dengan keterampilan praktis yang langsung dapat diterapkan dalam pengelolaan usaha sehari-hari.

Tabel 1. Hasil Pre-Test dan Post-Test

Inisial Peserta	Skor Pre-Test	Skor Post-Test	Peningkatan Skor	Keterangan
AH	45	85	+40	Meningkat signifikan
SA	50	92	+42	Meningkat signifikan
WH	40	80	+40	Meningkat signifikan
DL	38	75	+37	Meningkat signifikan
JN	55	95	+40	Meningkat signifikan
NH	43	85	+42	Meningkat signifikan

Tabel 1 diatas menyajikan hasil evaluasi kegiatan pelatihan melalui skor pre-test dan post-test yang diberikan kepada peserta sebelum dan sesudah pelaksanaan pelatihan. Skor pre-test menunjukkan tingkat pemahaman awal peserta terhadap konsep manajemen bisnis berbasis teknologi dan digitalisasi UMKM, sedangkan skor post-test mencerminkan peningkatan pengetahuan dan keterampilan peserta setelah mengikuti pelatihan.

Dari 30 peserta yang mengikuti kegiatan, seluruhnya menunjukkan peningkatan skor secara signifikan. Sebagai contoh, peserta atas nama Asep Hidayat memperoleh skor awal sebesar 45 pada pre-test, dan meningkat menjadi 85 pada post-test, dengan peningkatan skor sebesar 40 poin. Peningkatan yang sama juga ditunjukkan oleh peserta lainnya, seperti Siti Aminah (+42 poin), Wawan Hermawan (+40 poin), dan Nurhayati (+42 poin). Rata-rata skor pre-test seluruh peserta adalah 45,2, sedangkan rata-rata skor post-test mencapai 87,1. Hal ini menunjukkan adanya peningkatan rata-rata sebesar +41,9 poin atau sekitar 92,7% dari skor awal.

Peningkatan yang signifikan ini mencerminkan efektivitas pelatihan dalam meningkatkan pemahaman peserta terhadap materi yang diberikan. Para peserta menjadi lebih mampu memahami konsep digitalisasi usaha, penggunaan media sosial untuk bisnis, pencatatan keuangan berbasis aplikasi, serta strategi pemasaran digital. Dengan demikian, pelatihan terbukti

berhasil mendorong transformasi pola pikir dan keterampilan teknis pelaku UMKM menuju arah digitalisasi yang lebih adaptif dan berdaya saing.



Gambar 1. Dokumentasi Pelatihan (1)



Gambar 2. Dokumentasi Pelatihan (2)

4. KESIMPULAN

Kegiatan ini memberikan kontribusi nyata dalam meningkatkan kapasitas digital dan keterampilan manajerial pelaku UMKM di wilayah Karawang. Melalui pendekatan partisipatif dan pelatihan aplikatif, peserta tidak hanya memperoleh pemahaman teoretis, tetapi juga kemampuan praktis dalam menerapkan teknologi digital ke dalam proses bisnis mereka.

Peningkatan pemahaman peserta tercermin dari hasil evaluasi pre-test dan post-test yang menunjukkan kenaikan skor rata-rata sebesar 41,9 poin. Selain itu, perubahan perilaku peserta terhadap penggunaan teknologi juga terlihat signifikan, seperti meningkatnya jumlah pelaku

UMKM yang mulai memanfaatkan media sosial bisnis, platform e-commerce, dan aplikasi pencatatan keuangan digital dalam menjalankan usahanya.

Kegiatan ini juga menunjukkan bahwa pendekatan pelatihan yang disertai dengan pendampingan pascapelatihan dapat memberikan dampak yang lebih mendalam dan berkelanjutan. Kendala yang muncul, seperti keterbatasan perangkat dan jaringan internet, dapat diatasi dengan strategi pelatihan yang fleksibel dan dukungan teknis yang responsif.

Secara keseluruhan, program pengabdian ini telah membantu pelaku UMKM di Karawang untuk bertransformasi secara digital dan lebih siap menghadapi tantangan serta peluang di era ekonomi berbasis teknologi. Diharapkan, kegiatan serupa dapat diperluas ke wilayah lain dengan menyesuaikan karakteristik dan kebutuhan lokal, guna mempercepat proses digitalisasi UMKM secara merata dan berkelanjutan di Indonesia.

DAFTAR PUSTAKA

- [1] U. Sholihin, "Meningkatkan Daya Saing Pasar UMKM Melalui Transformasi Digital," *Digital Bisnis: Jurnal Publikasi Ilmu Manajemen dan E-Commerce*, vol. 3, no. 2, pp. 100–114, May 2024, doi: 10.30640/DIGITAL.V3I2.2512.
- [2] Z. Alamin, L. Lukman, R. Missouri, N. Annafi, S. Sutriawan, and K. Khairunnas, "Penguatan Daya Saing UMKM Melalui Pelatihan Keterampilan Teknologi Di Era Society 5.0," *Taroa: Jurnal Pengabdian Masyarakat*, vol. 1, no. 2, pp. 112–126, Jul. 2022, doi: 10.52266/TAROA.V1I2.1235.
- [3] G. H. Was'an, D. Utarindasari, and S. Suratminingsih, "Transformasi Digital untuk Peningkatan Daya Saing UMKM Cileungsi: Pengabdian dalam Implementasi Solusi Inovatif," *Bhakti Yustisia*, vol. 1, no. 1, pp. 22–28, Jun. 2023, doi: 10.56457/BHAYU.V1I1.47.
- [4] H. Zikri, "Transformasi Ekonomi Digital untuk Meningkatkan Produktivitas dan Daya Saing UMKM di Indonesia," *Glossary : Jurnal Ekonomi Syariah*, vol. 2, no. 1, pp. 16–25, Jun. 2024, doi: 10.52029/GOSE.V2I1.206.
- [5] G. Godwin, S. Raihana, P. Junaedi, M. Hardini, S. Purnama, and P. Korespondensi, "Inovasi Bisnis Digital untuk Mendorong Pertumbuhan UMKM melalui Teknologi dan Adaptasi Digital," *ADI Bisnis Digital Interdisiplin Jurnal*, vol. 5, no. 2, pp. 41–47, Dec. 2024, doi: 10.34306/ABDI.V5I2.1172.
- [6] Triyanto, Muh. Nuryatno, S. D. Mulyani, E. R. Nugraha, F. Jovanka, and E. E. Resi, "Transformasi Digital – Strategi UMKM Untuk Berdaptasi Di Era Industri 4.0 Melalui Pelatihan Dan Pendampingan," *Jurnal Abdikaryasakti*, vol. 5, no. 1, pp. 25–42, Apr. 2025, doi: 10.25105/V5I1.22611.
- [7] L. I. Vitaharsa, "Pelatihan Pengelolaan Sdm Di Era Digital Pada UMKM," *Jurnal Akselerasi Merdeka Belajar dalam Pengabdian Orientasi Masyarakat (AMPOEN): Jurnal Pengabdian kepada Masyarakat*, vol. 2, no. 2, pp. 611–615, Aug. 2024, doi: 10.32672/AMPOEN.V2I2.2175.
- [8] D. Teruna Awaludin, A. Ananda Yusuff, A. Rosid, U. Sultan Ageng Tirtayasa, and S. Tinggi Ilmu Ekonomi Satria Purwokerto, "Peningkatan Kompetensi Manajerial UMKM melalui Pelatihan Adaptif di Bidang Operasional dan Pemasaran Digital Berbasis Teknologi 5.0," *JIPITI: Jurnal Pengabdian kepada Masyarakat*, vol. 2, no. 2, pp. 111–115, May 2025, Accessed: Aug. 03, 2025. [Online]. Available: <https://jipiti.technolabs.co.id/index.php/pkm/article/view/48>
- [9] S. H. N. Ginting, and N. Sridewi, "Pelatihan Penggunaan Teknologi Digital untuk Peningkatan Produktivitas UMKM di Desa Ujung Batu III Padang Lawas," *JIPITI: Jurnal*

Pengabdian kepada Masyarakat, vol. 2, no. 1, pp. 8–13, Feb. 2025, Accessed: Aug. 03, 2025. [Online]. Available: <https://jipiti.technolabs.co.id/index.php/pkm/article/view/32>

- [10] O. UMKM Berbasis Teknologi melalui Strategi Digital Marketing di Griya Alam Sentosa Sulastri *et al.*, "Optimalisasi UMKM Berbasis Teknologi melalui Strategi Digital Marketing di Griya Alam Sentosa," *JIPITI: Jurnal Pengabdian kepada Masyarakat*, vol. 2, no. 1, pp. 42–49, Feb. 2025, Accessed: Aug. 03, 2025. [Online]. Available: <https://jipiti.technolabs.co.id/index.php/pkm/article/view/35>
- [11] H. Juwita and K. A. Rosita, "Pendampingan UMKM dalam Mengadopsi Pembayaran Digital (QRIS dan E-Wallet)," *JIPITI: Jurnal Pengabdian kepada Masyarakat*, vol. 2, no. 1, pp. 79–84, Feb. 2025, Accessed: Aug. 03, 2025. [Online]. Available: <https://jipiti.technolabs.co.id/index.php/pkm/article/view/42>