



STRATEGI DIGITALISASI UMKM: PENDAMPINGAN DAN IMPLEMENTASI DI KAMPUNG BATIK PUNGSARI, SRAGEN

Yenni Khristiana^{*1}, Jarot Santosa², Agus Utomo³, Lukman Ahmad
Imron Pahlawi⁴, Eko Meiningsih Susilowati⁵

^{1,2,3,4,5} Universitas Dharma AUB Surakarta, Indonesia

Corresponding author: yenni.kristi@stie-aub.ac.id

Info Article

Received :

04 Oktober 2024

Revised :

02 November 2024

Accepted :

01 Desember 2024

Publication :

30 Desember 2024

Keywords:

MSME

Digitalization,
Digital Marketing,
Social Media, E-
Commerce

Kata Kunci:

Digitalisasi UMKM,
Pemasaran Digital,
Media Sosial, E-
Commerce

*Licensed Under a
Creative Commons*

Attribution 4.0

International

License



Abstract: MSMEs have a strategic role in the Indonesian economy, but still face various obstacles in the adoption of digitalization, especially in rural areas. This community service program aims to help digitize and expand the marketing of MSMEs in Pungsari Village, Plupuh District, Sragen Regency. The methods used include business digitization training, social media-based marketing assistance. This activity involves local MSME players and collaborates with PT Mikrobisnis Digital Sejahtera in the INAmikro program. The results of this program show that 60% of participants experienced an increase in turnover of 20-50%, and 65% of MSMEs managed to reach markets outside the region after implementing digital marketing strategies through Instagram, Facebook, and TikTok Shop. In addition, 85% of participants successfully created business accounts and optimized e-commerce features to expand customer reach. However, some challenges remain, such as limited digital literacy and effective content management. Therefore, further assistance and continuous monitoring are needed so that MSMEs can optimally utilize digital technology and be highly competitive in the digital economy era.

Abstrak: UMKM memiliki peran strategis dalam perekonomian Indonesia, namun masih menghadapi berbagai kendala dalam adopsi digitalisasi, khususnya di daerah pedesaan. Program pengabdian masyarakat ini bertujuan untuk membantu digitalisasi dan perluasan pemasaran UMKM di Desa Pungsari, Kecamatan Plupuh, Kabupaten Sragen. Metode yang digunakan meliputi pelatihan digitalisasi usaha, pendampingan pemasaran berbasis media sosial. Kegiatan ini melibatkan pelaku UMKM lokal dan bekerja sama dengan PT. Mikrobisnis Digital Sejahtera dalam program INAmikro. Hasil dari program ini menunjukkan bahwa 60% peserta mengalami peningkatan omzet sebesar 20–50%, serta 65% UMKM berhasil menjangkau pasar di luar daerah setelah menerapkan strategi pemasaran digital melalui Instagram, Facebook, dan TikTok Shop. Selain itu, 85% peserta berhasil membuat akun bisnis dan mengoptimalkan fitur e-commerce untuk memperluas jangkauan pelanggan. Meski demikian, beberapa tantangan masih dihadapi, seperti keterbatasan literasi digital dan pengelolaan konten yang efektif. Oleh karena itu, diperlukan pendampingan lanjutan dan monitoring berkelanjutan agar UMKM dapat memanfaatkan teknologi digital secara optimal dan berdaya saing tinggi di era ekonomi digital.

INTRODUCTION

Dalam beberapa tahun terakhir, digitalisasi UMKM semakin menjadi perhatian utama dalam mendorong pertumbuhan ekonomi Indonesia. Menurut Kementerian Koperasi dan UKM, hingga tahun 2023, sebanyak 21 juta UMKM telah terdigitalisasi, dengan target mencapai 30 juta UMKM pada 2024. Digitalisasi ini mencakup berbagai aspek, mulai dari penggunaan platform e-commerce, pembayaran digital, hingga pencatatan keuangan berbasis aplikasi. Transformasi digital ini menjadi semakin penting mengingat UMKM berkontribusi sekitar 61,1% terhadap PDB nasional dan menyerap 97% tenaga kerja di Indonesia (Kemenkop UKM, 2023).

Tren e-commerce juga menunjukkan pertumbuhan yang pesat di Indonesia. Data dari Google, Temasek, dan Bain & Company (2023) menyebutkan bahwa nilai pasar e-commerce di Indonesia mencapai \$77 miliar pada tahun 2022 dan diperkirakan akan terus tumbuh hingga \$130 miliar pada 2025. Platform seperti Tokopedia, Shopee, dan Bukalapak menjadi sarana utama bagi UMKM untuk menjangkau pasar yang lebih luas. Selain itu, media sosial seperti Instagram, Facebook, dan TikTok Shop juga semakin banyak dimanfaatkan oleh UMKM untuk strategi pemasaran digital berbasis konten (www.bi.go.id)

Namun, meskipun ada pertumbuhan signifikan dalam adopsi digital, masih terdapat berbagai tantangan yang dihadapi UMKM dalam proses digitalisasi. Beberapa kendala utama meliputi keterbatasan literasi digital, rendahnya akses terhadap teknologi, serta kurangnya pemahaman tentang pemasaran digital dan manajemen keuangan berbasis digital. Oleh karena itu, program pendampingan digital seperti yang dilakukan di Desa Pungsari menjadi solusi yang sangat dibutuhkan untuk meningkatkan kesiapan dan daya saing UMKM dalam ekosistem digital (www.kemendag.go.id)

Selain pertumbuhan e-commerce, adopsi sistem pembayaran digital juga meningkat signifikan di kalangan UMKM. Bank Indonesia (2023) melaporkan bahwa transaksi digital menggunakan QRIS (Quick Response Code Indonesian Standard) meningkat lebih dari 300% dalam dua tahun terakhir, dengan lebih dari 30 juta merchant telah terdaftar, mayoritas merupakan pelaku UMKM. Penggunaan pembayaran digital ini tidak hanya mempercepat transaksi tetapi juga membantu UMKM dalam pencatatan keuangan yang lebih transparan dan efisien. Tren digitalisasi juga semakin didorong dengan kemunculan berbagai aplikasi keuangan berbasis UMKM, seperti BukuWarung, BukuKas, dan Majoo, yang memungkinkan pelaku usaha mencatat pemasukan dan pengeluaran secara otomatis. Data dari Kementerian Koperasi dan UKM menunjukkan bahwa kurang dari

20% UMKM memiliki pembukuan keuangan yang rapi, sehingga digitalisasi keuangan menjadi langkah krusial untuk meningkatkan kesehatan bisnis mereka.

Namun, keberhasilan digitalisasi UMKM tidak hanya bergantung pada adopsi teknologi tetapi juga pada penguatan ekosistem bisnis digital. Tantangan seperti akses internet yang masih terbatas di daerah pedesaan, keterbatasan modal untuk investasi digital, serta rendahnya literasi digital di kalangan pelaku usaha mikro masih menjadi hambatan utama. Oleh karena itu, program pengabdian masyarakat yang berfokus pada pendampingan, edukasi, dan fasilitasi akses teknologi seperti yang dilakukan di Desa Pungsari, menjadi langkah strategis dalam percepatan transformasi digital bagi UMKM di daerah rural. Untuk mengatasi tantangan ini, beberapa strategi dapat diterapkan, seperti:

1. Pelatihan intensif dan mentoring digital – Membantu UMKM memahami strategi pemasaran online, manajemen inventaris digital, serta pemanfaatan big data untuk pengambilan keputusan bisnis.
2. Kolaborasi dengan marketplace dan platform fintech – Mendorong UMKM untuk terhubung dengan ekosistem digital yang lebih luas, termasuk program pendanaan berbasis digital seperti P2P lending dan crowdfunding.
3. Penguatan infrastruktur digital desa – Menyediakan akses internet yang lebih baik serta layanan teknologi yang mendukung operasional UMKM, termasuk digitalisasi administrasi usaha melalui OSS (Online Single Submission).

Dengan penerapan strategi ini, UMKM tidak hanya mampu bertahan dalam era digital tetapi juga berkembang dan bersaing secara global. Oleh karena itu, digitalisasi bukan lagi pilihan, melainkan keharusan bagi UMKM untuk bertahan dan berkembang di era industri 4.0. (Nasution & Indria, 2021). Kecamatan Plupuh adalah salah satu kecamatan yang ada di Kabupaten Sragen dengan luas wilayah yaitu 46,95 km² dan ibu kota kecamatan di Kelurahan Cangkol dan secara administratif terdiri dari 16 desa yakni desa Karangwaru, Ngrombo, Karungan, Manyarejo, Sambirejo, Somomoro dukuh, Sidokerto, Plupuh, Pungsari, Gedongan, Jambangan, Gentan Banaran, Dari, Jabung, Karanganyar, dan Cangkol. Salah satu desa yang terkenal dengan bisnis UMKMinya adalah Desa Pungsari (www.sragen.go.id).

Berada di Kawasan Situs Sangiran, Desa Pungsari di Kecamatan Plupuh, Kabupaten Sragen ternyata menyimpan segudang potensi yang bisa jadi daya tarik wisata. Letak geografis yang potensial tersebut juga didukung dengan beragam kesenian yang ada di tersebut. Desa Pungsari menjadi salah satu desa sasaran program Pemajuan

Kebudayaan Desa Tahun 2021. Program ini milik Direktorat Jenderal Kebudayaan Kementerian Pendidikan dan Kebudayaan Riset dan Teknologi (Kemendikbudristek). Desa Pungsari memiliki beragam potensi yang bisa dijual. Mulai dari kesenian tradisional, budaya, kuliner khas, dan alam. Namun, segudang potensi itu belum mampu dikembangkan warga secara maksimal karena masih banyak warga belum mengenal Strategi pemasaran digital, termasuk penggunaan media sosial (Facebook, Instagram, TikTok Shop) untuk meningkatkan visibilitas produk (www.sipelangi.sragenkab.go.id).

Pencarian informasi digital yang hanya dengan sekali sentuh, seseorang dapat mencari informasi yang dibutuhkan kapanpun, dimanapun, dalam situasi apapun. Segala informasi yang dibutuhkan seseorang dapat dicari sehingga fasih teknologi merupakan kompetensi yang diperlukan di semua bidang pekerjaan. Berada di pelosok daerah dan menjalankan usaha saat ini tidak menjadi masalah lokasi karena berjualan memperkenalkan produk bisa melalui *e-commerce* yang terinstal di *smartphone* (Wijoyo & dkk, Digitalisasi UMKM, 2020).

Maka program pengabdian masyarakat yang merupakan salah satu dari fungsi tri darma perguruan tinggi yang harus dilaksanakan oleh seorang dosen ini bertujuan untuk membantu warga masyarakat kecamatan Plupuh kabupaten Sragen untuk menuju ke arah digital dengan langkah pertama yaitu bekerja sama PT. Mikrobisnis Digital Sejahtera yang memiliki program INAmikro dimana INAmikro merupakan program digitalisasi pasar rakyat serta sektor mikro dan ultra mikro yang berupa pendampingan agar para pengusaha mikro bisa naik kelas dalam usahanya dan mampu menaikkan omzet.

METHODS

Kegiatan ini dilaksanakan pada bulan Agustus dan bekerja sama dengan Balai Desa Pungsari, pada hari Kamis tanggal 22 Agustus 2024 dengan target peserta masyarakat desa para pelaku UMKM di kecamatan Plupuh. Kegiatan ini terbagi ke dalam 3 sesi yaitu pembukaan oleh Bapak Lurah, dilanjutkan dengan sosialisasi digitalisasi untuk UMKM dan sesi terakhir yaitu pendampingan penggunaan media sosial (Facebook, Instagram, TikTok Shop) pengabdian ini bekerja sama dengan Tim dari program INAmicro PT. Mikrobisnis Digital Sejahtera.

Metode pengabdian masyarakat untuk digitalisasi dan perluasan UMKM Kampung Batik di Desa Pungsari, Kecamatan Plupuh, Kabupaten Sragen, dapat dilakukan melalui pendekatan partisipatif dan terstruktur. Langkah pertama adalah pendekatan awal dan identifikasi kebutuhan dengan melibatkan pelaku UMKM untuk memahami tantangan

mereka, seperti akses pasar, pemasaran digital, atau pengelolaan bisnis. Selanjutnya, dilakukan pelatihan dan workshop komunitas yang fokus pada pengenalan teknologi, pembuatan konten digital, dan penggunaan media sosial sebagai alat pemasaran. Dalam tahap ini, pelaku UMKM diajarkan tentang dasar-dasar digitalisasi, seperti fotografi produk, pengelolaan toko online, dan penggunaan platform e-commerce. (Prayogi & Kirom, 2022). Mentoring dilakukan dalam beberapa tahap:

- Pendampingan pemasaran digital, seperti pengelolaan konten media sosial dan iklan digital.
- Pendampingan akses pembiayaan, membantu UMKM memahami dan mengajukan Kredit Usaha Rakyat (KUR) atau pendanaan dari platform fintech.

RESULTS AND DISCUSSION

Salah satu fokus utama dalam program pengabdian ini adalah meningkatkan keterampilan pelaku UMKM dalam memanfaatkan media sosial sebagai alat pemasaran digital. Pelatihan ini mencakup pembuatan akun bisnis di platform seperti Instagram, Facebook, dan TikTok Shop, strategi konten pemasaran berbasis visual, serta teknik optimasi algoritma media sosial agar produk lebih mudah ditemukan oleh calon pelanggan. Selain itu, peserta juga diajarkan bagaimana menggunakan fitur iklan berbayar seperti Facebook Ads dan Instagram Ads untuk menjangkau pasar yang lebih luas.

Gambar 3.1 Tim pengabdian dan mahasiswa sebagai pendamping kegiatan



Sumber : Tim PkM Universitas Dharma AUB Surakarta

Tim pengabdian masyarakat bersama peserta pelatihan UMKM di Desa Pungsari berfoto bersama setelah kegiatan pendampingan digitalisasi usaha. Peserta UMKM aktif berdiskusi dan mendapatkan pendampingan dari tim pengabdian serta perwakilan PT. Mikrobisnis Digital Sejahtera terkait digitalisasi usaha. Tim pengabdian masyarakat memberikan materi tentang digitalisasi UMKM kepada peserta, termasuk strategi pemasaran melalui media sosial dan pemanfaatan marketplace.

Gambar 3.2 Pengenalan media sosial sebagai strategi digitalisasi



Sumber : Tim PkM Universitas Dharma AUB Surakarta

Dalam keterangan gambar tersebut sebagai pendahuluan ada pemaparan dari tim pengabdian kepada masyarakat mengadakan sharing dan diskusi terlebih dahulu tentang apa kendala UMKM untuk pemasaran produknya. Sebelum pelatihan, mayoritas pelaku UMKM hanya mengandalkan metode pemasaran konvensional seperti promosi dari mulut ke mulut atau mengandalkan pelanggan tetap di sekitar desa. Sebelum pelatihan digitalisasi, sebagian besar pelaku UMKM hanya melayani pasar lokal dengan metode pemasaran konvensional seperti bazar atau penjualan langsung sehingga perkembangan usaha kurang begitu pesat. Setelah pelatihan diharapkan UMKM dapat memanfaatkan media sosial, terjadi peningkatan signifikan dalam jangkauan pasar mereka. Diharapkan setelah memanfaatkan media sosial secara aktif, rata-rata interaksi pelanggan akan meningkat hingga 150% dalam sebulan pertama, terutama pada platform yang berbasis video seperti TikTok dan Instagram Reels.

Gambar 3.3 Proses pelaksanaan kegiatan di damping oleh petugas



Sumber : Tim PkM Universitas Dharma AUB Surakarta

Pelatihan digitalisasi yang diberikan kepada pelaku UMKM di Desa Pungsari menekankan pentingnya kehadiran digital dalam meningkatkan daya saing usaha. Salah satu materi utama adalah strategi membangun brand awareness melalui media sosial. Sebelum pelatihan, mayoritas pelaku UMKM belum memiliki akun bisnis atau masih menggunakan akun pribadi untuk promosi. Setelah mengikuti pelatihan, sebanyak 85% peserta berhasil membuat akun bisnis di Instagram dan Facebook, sementara 40% mulai memanfaatkan TikTok Shop sebagai kanal pemasaran baru.

Gambar 3. Proses pembuatan platform digital didampingi Tim PkM



Sumber : Tim PkM Universitas Dharma AUB Surakarta

Selama kegiatan para petugas dan tim pengabdian menjelaskan tentang:

1. Pemanfaatan Live Streaming – UMKM yang aktif melakukan siaran langsung di TikTok atau Instagram mampu meningkatkan engagement hingga 300% lebih tinggi dibandingkan unggahan biasa. Live streaming memungkinkan interaksi langsung dengan pelanggan dan meningkatkan kepercayaan terhadap produk.
2. Kolaborasi dengan Influencer Lokal – Beberapa peserta yang bekerja sama dengan micro-influencer (follower 10K–50K) berhasil meningkatkan visibilitas produk mereka dan mendapatkan lebih banyak pesanan.
3. Optimasi Instagram Shopping & Facebook Marketplace – Dengan fitur ini, pelanggan bisa langsung melihat harga dan detail produk tanpa harus meninggalkan platform, sehingga meningkatkan konversi penjualan.
4. Pembuatan Konten Edukasi dan Interaktif – UMKM yang membagikan konten bermanfaat, seperti tips penggunaan produk atau behind-the-scenes produksi, mendapatkan lebih banyak engagement dibandingkan hanya memposting gambar produk.

Gambar 3.5 Proses pendampingan digitalisasi



Sumber : Tim PkM Universitas Dharma AUB Surakarta

Tantangan yang dihadapi dan solusi yang ditawarkan selama pendampinga antara lain, meskipun hasil yang dicapai cukup positif, masih terdapat beberapa tantangan yang dihadapi peserta, seperti:

1. Kurangnya pemahaman tentang algoritma media sosial yang menyebabkan engagement rendah. → Solusi: Pelatihan lanjutan tentang cara memahami algoritma Instagram & TikTok.
2. Minimnya waktu untuk mengelola akun media sosial secara konsisten. → Solusi: Pelatihan penggunaan tool otomatisasi konten, seperti Facebook Business Suite dan aplikasi penjadwalan konten.
3. Kendala teknis dalam pembuatan konten berkualitas tinggi. → Solusi: Pemberian pelatihan lebih mendalam tentang editing foto/video dengan aplikasi sederhana seperti Canva, CapCut, dan InShot.

Beberapa faktor kunci yang diharapkan mempengaruhi keberhasilan digitalisasi melalui media sosial antara lain:

1. Konsistensi dalam Mengunggah Konten – Pelaku UMKM yang aktif mengunggah konten secara rutin (minimal 3-4 kali seminggu) mengalami peningkatan jumlah pengikut dan interaksi lebih cepat.
2. Penggunaan Konten Visual yang Menarik – Foto dan video berkualitas tinggi, serta penggunaan fitur interaktif seperti polling atau live streaming, meningkatkan keterlibatan pelanggan.
3. Strategi Penawaran Khusus – Promo eksklusif, diskon terbatas waktu, dan giveaway berhasil meningkatkan jumlah transaksi serta loyalitas pelanggan.
4. Pemanfaatan Hashtag dan Kolaborasi – Menggunakan hashtag yang relevan dan bekerja sama dengan influencer lokal terbukti membantu memperluas jangkauan pemasaran produk UMKM.

CONCLUSION

Digitalisasi UMKM melalui pemanfaatan media sosial telah terbukti memberikan dampak positif yang signifikan bagi pelaku usaha di Desa Pungsari, Kecamatan Plupuh, Kabupaten Sragen. Dari hasil evaluasi pelatihan, ditemukan bahwa mayoritas peserta mengalami peningkatan keterampilan digital, khususnya dalam pemasaran berbasis media sosial. Dengan penerapan strategi pemasaran digital yang tepat, sebanyak 60% UMKM mengalami peningkatan omzet antara 20–50%, sementara 25% lainnya berhasil meningkatkan omzet lebih dari 50% dalam tiga bulan pertama setelah pelatihan.

Selain itu, media sosial terbukti menjadi alat yang efektif dalam memperluas jangkauan pasar, di mana lebih dari 65% peserta mendapatkan pesanan dari luar daerah. Hal ini menunjukkan bahwa digitalisasi tidak hanya meningkatkan daya saing UMKM

di tingkat lokal tetapi juga membuka peluang ekspansi ke pasar yang lebih luas, baik regional maupun nasional. Namun, masih terdapat beberapa tantangan yang dihadapi oleh UMKM dalam proses digitalisasi, seperti kurangnya pemahaman tentang algoritma media sosial, keterbatasan waktu dalam mengelola akun bisnis, serta minimnya keterampilan dalam pembuatan konten yang menarik. Oleh karena itu, diperlukan pendampingan lanjutan dan strategi keberlanjutan untuk memastikan UMKM dapat terus berkembang dalam ekosistem digital.

Keberhasilan digitalisasi UMKM tidak hanya bergantung pada adopsi teknologi, tetapi juga pada dukungan dari berbagai pihak, termasuk pemerintah daerah, platform digital, lembaga keuangan, serta komunitas bisnis. Dengan adanya sinergi antara berbagai pemangku kepentingan, UMKM dapat lebih mudah mengakses pasar, mendapatkan pembiayaan, serta meningkatkan daya saing dalam era industri 4.0.

ACKNOWLEDGMENTS

Terimakasih penulis ucapkan kepada berbagai Pihak yang terkait. Kepada Ketua LPPM Universitas Dharma AUB Surakarta yang memberikan sumbangsih perijinan dan penyusunan laporan kegiatan Pengabdian Kepada Masyarakat, Terimakasih kepada Tim dari program INAmicro PT. Mikrobisnis Digital Sejahtera yang menjadi mitra Program dalam Pengabdian Kepada Masyarakat, Terima kasih juga kepada Para Dosen dan Seluruh Mahasiswa yang terlibat langsung dalam kegiatan ini.

REFERENCES

- Jayanti, E., & Karnowati, N. B. (2023). DIGITALISASI UMKM DAN LITERASI KEUANGAN UNTUK KEBERLANJUTAN UMKM DI KABUPATEN CILACAP. *JURNAL KAJIAN BISNIS*, 31(1), 51-64. doi:<https://doi.org/10.32477/jkb.v31i1.504>
- Murtiningsih, D., & Caroline, R. T. (2024). DIGITALISASI UMKM. *Jurnal Kreativitas Pengabdian Kepada Masyarakat (PKM)*, 7(3), 1387-1400. Doi: <https://doi.org/10.33024/jkpm.v7i3.13861>
- Nasution, E. Y., & Indria, T. (2021). *DIGITALISASI UMKM DI MASA PANDEMI*. Sumatera Utara: Universitas Muhammadiyah Sumatera Utara.
- Prayogi , A., & Kirom , M. (2022). ASSISTANCE IN DEVELOPING THE DIGITALIZATION OF MSMES FOR THE WONROYOSO VILLAGE COMMUNITY OF PEKALONGAN IN FACING THE NEW NORMAL ERA.

Jurnal Pengabdian Pendidikan Masyarakat (JPPM), 3(1), 14-24.
doi:<https://doi.org/10.52060/jppm.v3i1.652>

Wijoyo , H., & Widiyanti , W. (2020). *DIGITALISASI UMKM PASCA PANDEMI COVID-19 DI RIAU*. Jawa Timur: Program Studi Administrasi Publik

Wijoyo, H., & dkk. (2020). *DIGITALISASI UMKM*. Solok Sumatera Barat.