

# ABDIMAS

Jurnal Pengabdian kepada Masyarakat  
<https://journal.unnes.ac.id/nju/index.php/abdimas/>

---

## Peningkatan Digitalisasi UMKM Desa Sumber Pasca Pandemi Covid-19

Ain Hajawiyah, Bintang Hidayat, Afifah Widyastuti

Universitas Negeri Semarang, Indonesia

---

### Abstrak

Digitalisasi UMKM sebagai suatu keharusan pemerintah Indonesia untuk membangkitkan kembali keadaan perekonomian Indonesia, karena di masa pandemi ini sektor UMKM mengalami penurunan dalam penjualan dan kesulitan dalam mendapatkan pasar yang stabil. Meskipun gaya hidup serba digital sudah terjadi dalam kehidupan kita sehari-hari, tetap saja mayoritas pelaku UMKM di Desa Sumber yang acuh dan tidak mau meleak digital, serta masih terbiasa menjalankan bisnis secara konvensional. Padahal, dengan upaya digitalisasi UMKM, banyak keuntungan yang akan didapat oleh pelaku usaha di Desa Sumber. Metode pelaksanaan yang dilaksanakan adalah dengan cara memberikan sosialisasi dan pelatihan produk lokal Desa Sumber dengan memanfaatkan teknologi di era digitalisasi. Tujuan diadakannya sosialisasi serta pelatihan ini, agar target yang dituju dalam hal ini pelaku usaha di Desa Sumber dapat mengenali banyaknya potensi kewirausahaan desa dan penyediaan media berbasis digital yang mampu memasarkan produk hasil wirausaha yang mereka produksi.

**Kata kunci :** Covid-19, Digitalisasi, Sosialisasi, UMKM.

---

### PENDAHULUAN

Pandemi Covid-19 merupakan sebuah bencana kesehatan global. Indonesia termasuk salah satu negara yang terdampak pandemi Covid-19. Meningkatnya kasus Covid-19 mempengaruhi perekonomian global, termasuk Indonesia. Pandemi Covid-19 yang disahkan oleh Perserikatan Bangsa-Bangsa (PBB) pada akhirnya mempengaruhi bidang transportasi, pariwisata, perdagangan, perawatan kesehatan, dan bidang lainnya. Kebijakan *lockdown* yang telah diterapkan oleh banyak negara di belahan dunia yang ditujukan untuk mencegah penyebaran Covid-19 lebih lanjut menyebabkan terhambatnya aktivitas ekonomi dan memberi tekanan pada pertumbuhan ekonomi global ke depannya, salah satunya dalam bidang Usaha Kecil Mikro Menengah (UMKM).

Indonesia merupakan negara perekonomian yang didominasi oleh adanya UMKM. Dampak Covid-19 berpengaruh cukup buruk bagi UMKM seperti nilai perdagangan dan total produksi yang merosot, serta tenaga kerja yang menurun karena hilangnya mata pencaharian mereka akibat pandemi global ini. Berdasarkan data Kementerian Koperasi dan Usaha Kecil Menengah (Kemenkop UMKM) pada tahun 2018, terdapat 64.194.057 UMKM dan 116.978.631 tenaga kerja. Sebelum adanya Covid-19, kondisi pelaku UMKM di Indonesia berjalan cukup baik, namun sejak munculnya Covid-19 sebanyak 56,8% UMKM berada dalam titik yang terburuk, hanya 14,1% UMKM yang masih berada di kondisi yang baik.<sup>1</sup>

Di sisi lain, pandemi Covid-19 berdampak baik sebagai langkah pemerintah Indonesia dalam rangka percepatan digitalisasi UMKM. Digitalisasi UMKM sebagai suatu keharusan pemerintah

---

<sup>1</sup> Kata Data Insight Center. *Digitalisasi UMKM di Tengah Pandemi Covid-19*. <https://katadata.co.id/umkm> (Diakses pada 3 September 2022).

Indonesia untuk membangkitkan kembali keadaan perekonomian Indonesia, karena di masa pandemi ini sektor UMKM mengalami penurunan dalam penjualan dan kesulitan dalam mendapatkan pasar yang stabil. Digitalisasi ini diharapkan dapat mengantisipasi berbagai perubahan kedepannya. UMKM perlu menerapkan *new normal* atau adaptasi dalam menjalankan usaha pasca pandemi dengan melihat segala permasalahan yang timbul serta dampak buruk yang sudah terjadi agar usaha yang dijalankan tetap berjalan dengan lancar, namun dengan adaptasi ini harus menggunakan metode yang berbeda. Metode yang dapat digunakan adalah metode digitalisasi.<sup>2</sup> Para pelaku UMKM dapat beradaptasi dengan teknologi agar menjadi wadah baru yang efektif dalam menjalankan usaha serta dalam memasarkan produknya, karena dalam perkembangan teknologi, industri kreatif memiliki peluang yang sangat besar bagi UMKM dalam meningkatkan kesejahteraan ekonomi terutama bagi UMKM yang ada di Desa Sumber, Kecamatan Trucuk, Kabupaten Klaten.<sup>3</sup>

Digitalisasi UMKM dalam hal ini berarti mengintegrasikan teknologi dalam seluruh kegiatan bisnis. Mulai dari lingkup administrasi, keuangan, kepegawaian, serta pemasaran dan penjualan. Secara mudahnya, di zaman dengan teknologi yang semakin canggih telah memudahkan para pelaku usaha dalam memasarkan dan menjual produk-produk mereka secara *online*. Akan tetapi, meskipun gaya hidup serba digital sudah terjadi dalam kehidupan kita sehari-hari, tetap saja mayoritas pelaku UMKM di Desa Sumber yang acuh dan tidak mau melek digital, serta masih terbiasa menjalankan bisnis secara konvensional. Padahal, dengan upaya digitalisasi UMKM, banyak keuntungan yang akan didapat oleh pelaku usaha di Desa Sumber.

Berdasarkan observasi yang dilakukan oleh Tim UNNES GIAT Angkatan 2, bahwa UMKM harus memiliki kemampuan dalam menguasai perangkat digital dan teknologi, karena ini merupakan syarat utama dalam melakukan pemasaran secara digital. Digitalisasi UMKM merupakan transformasi yang cukup menantang, namun hasilnya akan sangat menjanjikan apabila dijalankan secara baik dan benar. Sehingga langkah utama yang perlu dilakukan adalah mengenalkan pelaku UMKM Desa Sumber dengan pemasaran dan penjualan produk secara digital agar pelaku UMKM dapat menguasai perangkat digital serta teknologi sehingga mereka mampu memasarkan produknya secara *online*.

## METODE

Metode pelaksanaan yang dilaksanakan adalah dengan cara memberikan sosialisasi dan pelatihan produk lokal Desa Sumber dengan memanfaatkan teknologi di era digitalisasi. Salah satu permasalahan yang dialami oleh para pelaku UMKM yang ada di Desa Sumber pasca pandemi Covid-19 yaitu merosotnya hasil penjualan produk usaha yang mereka jalankan. Terkait permasalahan yang dihadapi pelaku UMKM Desa Sumber tersebut, maka solusi kami dalam mengatasi permasalahan tersebut adalah dengan memberikan penyuluhan secara insentif bagaimana cara memanfaatkan teknologi seperti sosial media dengan baik agar memberikan dampak yang baik dalam meningkatkan penghasilan dari penjualan produk lokal tersebut.

Sosialisasi dan pelatihan terkait pentingnya digitalisasi dalam meningkatkan penjualan dan pemasaran perlu diterapkan demi meningkatkan pengetahuan dan keterampilan para pelaku usaha yang ada di Desa Sumber, terutama pada pemanfaatan penggunaan media teknologi dalam era digitalisasi ini. Tujuan diadakannya sosialisasi serta pelatihan ini, agar target yang dituju dalam hal ini pelaku usaha di Desa Sumber dapat mengenali banyaknya potensi kewirausahaan desa dan penyediaan media berbasis digital yang mampu memasarkan produk hasil wirausaha yang mereka produksi.

Kegiatan sosialisasi dan pelatihan tersebut terlaksana melalui beberapa tahapan, tahapan yang pertama yaitu perencanaan kegiatan (identifikasi kebutuhan, mengundang peserta, mengundang pemateri yang diundang dari Dinas Perdagangan Klaten, dan pembiayaan kegiatan), pelaksanaan kegiatan sosialisasi (orientasi dan pembelajaran yang disampaikan oleh pemateri dari Dinas Perdagangan Klaten), dan yang terakhir yaitu evaluasi kegiatan (memastikan bahwa peserta mengerti dengan apa yang telah disampaikan).

---

<sup>2</sup> Utari, T., & Dewi, P. (2014). *Pengaruh Modal, Tingkat Pendidikan Dan Teknologi Terhadap Pendapatan Usaha Mikro Kecil Dan Menengah (UMKM) Di Kawasan Imam Bonjol Denpasar Barat*. Jurnal Ekonomi Pembangunan, 3(12), hlm. 576-585.

<sup>3</sup> Marlinah, L. (2020). *Peluang dan Tantangan UMKM Dalam Upaya Memperkuat Perekonomian Nasional Tahun 2020 Ditengah Pandemi Covid 19*. Jurnal Ekonomi, 22(2), hlm. 118-124.

## HASIL DAN PEMBAHASAN

### **Peningkatan Produktivitas Usaha UMKM dalam Perkembangan Teknologi di Era Digitalisasi**

Era digitalisasi sebagai sebuah tantangan bagi masyarakat terutama pelaku UMKM karena pelaku UMKM dituntut untuk terus berinovasi dalam meningkatkan produktivitas usaha UMKM kerajinan kasar sehingga potensi pasar yang ada juga dapat dioptimalkan. Beberapa tahun terakhir ini, perkembangan pesat teknologi digital yang berkembang tanpa henti telah mengubah lanskap dunia pemasaran. Metode komunikasi pemasaran yang sebelumnya bersifat konvensional dan tradisional, sekarang telah berintegrasi dalam dunia digital.<sup>4</sup> Pelaku UMKM harus bisa memanfaatkan teknologi untuk meningkatkan usahanya. Banyak proses dalam kegiatan UMKM diantaranya proses produksi, proses distribusi, dan proses konsumsi. Hal ini sangat berkaitan erat dengan strategi pemasaran yang kini sudah beralih pada dunia teknologi.

Digitalisasi UMKM sebagai salah satu usaha UMKM berbasis media teknologi baik dari proses produksi, distribusi, dan konsumsi yang menerapkan nilai-nilai kekeluargaan dalam kegiatan transaksinya menjadi suatu hal yang tidak dapat dihindari, sekaligus menjadi sebuah peluang dan tantangan bagi pelaku UMKM yang jumlahnya sangat besar di Kabupaten Klaten terutama di Desa Sumber. Peluangnya yaitu untuk mempermudah proses pelayanan kegiatan UMKM, sedangkan tantangannya berhadapan dengan minimnya sumber daya manusia dalam UMKM berbasis digital. Kegiatan UMKM berbasis digitalisasi yang diterapkan di Kabupaten Klaten memiliki perbedaan yang krusial jika dikatikan dalam transaksi UMKM secara konvensional. Nilai transparansi dan nilai keadilan sangat dijunjung dalam pelaksanaan digitalisasi pemasaran UMKM. Digitalisasi pemasaran ini tidak akan melibatkan kegiatan yang merugikan salah satu maupun kedua belah pihak,

Pemulihan perekonomian di Kabupaten Klaten tidak akan pernah dipisahkan dengan kegiatan digital masyarakat. Berbagai kegiatan sosial beralih dengan menggunakan sosial media begitu juga dalam kegiatan bertransaksi. Agar masyarakat dapat mengaplikasikan pola dan layanan transaksi tersebut dikemas dengan beberapa kemudahan, namun realita di dalam masyarakat masih banyak permasalahan yang ditemui. Teknologi hadir untuk mengubah perilaku masyarakat yang awalnya hanya bertransaksi secara tatap muka, justru dengan mudahnya teknologi kapanpun dan dimanapun kita dapat bertransaksi dengan mudah. Sikap dan gaya hidup masyarakat mulai berubah sejak beralihnya sistem transaksi tatap muka pada sistem digitalisasi ini. Di sisi lain, dengan adanya perubahan tersebut masyarakat menjadi semakin peka dan kritis terhadap setiap perubahan, hingga para pelaku ekonomi UMKM semakin kreatif, aktif dan produktif dalam menjalankan usahanya.

Pemerintah telah melakukan kebijakan terhadap UMKM di masa pandemi Covid-19. Terdapat lima skema perlindungan dan perlindungan koperasi dan UMKM di masa pandemic Covid-19 yaitu:

- a. Pemberian bantuan sosial kepada pelaku usaha sektor UMKM yang masih miskin dan rentan;
- b. Insentif pajak bagi UMKM;
- c. Relaksasi dan restrukturisasi kredit bagi UMKM;
- d. Perluasan pembiayaan modal kerja UMKM;
- e. Menempatkan Kementerian, BUMN dan Pemerintah Daerah sebagai penyangga produk UMKM;
- f. Pelatihan secara *e-learning*.<sup>5</sup>

Penerapan digitalisasi UMKM di Kabupaten Klaten memiliki keunggulan antara lain:

- a. Proses transaksi lebih cepat;
- b. Biaya marketing lebih murah dibandingkan pemasaran secara konvensional;
- c. Penentuan target pasar lebih mudah;
- d. Kemudahan akses informasi mengenai barang yang ditawarkan;

---

<sup>4</sup> Suwatno. (2017). *Komunikasi Pemasaran Kontekstual*. Bandung: Simbiosis Rekatama Media, hlm. 92.

<sup>5</sup> Kemenkop UKM. (2020). *Menkop dan UKM Paparkan Skema Pemulihan Ekonomi UKM di Masa dan Pasca Pandemi Covid-19*

- e. Hasil dapat diukur dengan mudah.  
Selain itu, kelemahan digitalisasi UMKM di Kabupaten Klaten, yaitu:
- a. Keterbatasan sumber daya manusia dan konsumen UMKM dalam mengenal dunia digital;
  - b. Peluang yang besar untuk disalahgunakan pihak-pihak tertentu sehingga dapat beresiko terjadinya penipuan;
  - c. Masyarakat masih banyak yang kurang memahami dunia digital sehingga kepercayaan masyarakat sulit untuk dibangun.

Beberapa keunggulan dan kelemahan penerapan digitalisasi yang telah dijelaskan sebelumnya, di Kabupaten Klaten sangat perlu untuk disebarluaskan kepada masyarakat tentang pentingnya penerapan UMKM secara digital. Masyarakat Kabupaten Klaten sebagai peran utama dalam mewujudkan perekonomian di Kabupaten Klaten pasca pandemi melalui digitalisasi UMKM. Disamping itu, peran pemerintah selaku pemangku kebijakan sudah selayaknya untuk melihat potensi dan peluang UMKM dalam memulihkan perekonomian Kabupaten Klaten pasca pandemi Covid-19.

### **Pelaksanaan Kegiatan Sosialisasi dan Pelatihan**

Kegiatan yang terlaksana dengan tema “Digitalisasi Bisnis Produk Kasur” dalam melaksanakan kegiatan pengabdian masyarakat dengan tujuan merealisasikan Peningkatan Digitalisasi UMKM Desa Sumber Pasca Pandemi Covid-19 yang dilaksanakan di Gedung PKK, Balai Desa Sumber, Kecamatan Trucuk, Kabupaten Klaten. Peserta yang menghadiri sosialisasi tersebut merupakan pelaku usaha kasur dengan jumlah 15 perempuan dan 5 laki-laki dari jumlah 30 tamu undangan. Kegiatan ini berbasis pelatihan yang merupakan kegiatan pengabdian kepada masyarakat Desa Sumber yang dilaksanakan pada tanggal 22 Agustus 2022. Menurut Bernadian dan Rusel, pelatihan merupakan setiap usaha dalam memperbaiki performa pekerja dalam suatu pekerjaan tertentu yang sedang menjadi tanggungjawabnya. UMKM Desa Sumber merupakan usaha mikro yang bergerak di bidang produksi kasur, namun usaha tersebut belum dikembangkan secara maksimal.<sup>6</sup>

Tim UNNES GIAT Angkatan 2 mempunyai latar belakang jurusan yang berbeda-beda dan tidak mempunyai latar belakang jurusan bisnis, sehingga kami mengundang narasumber dari Dinas Perdagangan Koperasi dan UKM (DPKUKM) Kabupaten Klaten yang diwakilkan oleh ibu Eti Purwantari, M.Si. selaku Kepala Seksi Pemberdayaan Usaha Mikro Kecil Bidang Koperasi dan Usaha Mikro Kecil Dinas Perdagangan, Koperasi dan UKM. Narasumber yang kami undang memiliki keahlian di bidang digitalisasi bisnis, sehingga mampu melakukan analisis strategi dan skenario yang tepat untuk melakukan sosialisasi dan pelatihan. Selain itu, sosialisasi dan pelatihan ini sebagai bentuk transfer pengetahuan mengenai teknologi bagi pelaku UMKM Desa Sumber, sehingga pelaku UMKM juga memperoleh keterampilan mengenai pemanfaatan teknologi dalam berbisnis.

Kegiatan ini dimulai dengan menyanyikan lagu Indonesia Raya untuk menguatkan rasa nasionalisme seluruh peserta yang ada dalam kegiatan tersebut, dilanjutkan sambutan oleh penanggung jawab kegiatan sosialisasi yang kemudian dilanjutkan sambutan oleh Bapak Kepala Desa Sumber. Tak lupa juga Bapak Kepala Desa menyambut narasumber yang telah di undang dari Dinas Perdagangan, Koperasi, dan UKM (DPK UKM) Kabupaten Klaten, serta menyambut baik sekaligus mengucapkan terima kasih kepada Tim UNNES GIAT Angkatan 2 yang telah menyusun dan menyelenggarakan kegiatan sosialisasi Digitalisasi Bisnis Usaha Kasur. Kegiatan ini diharapkan memberikan pengetahuan, keterampilan, dan jiwa wirausahawan yang modern, sehingga nantinya pelaku usaha dapat mempercepat pemberdayaan ekonomi mereka. Narasumber yang dipandu oleh moderator dari Tim UNNES GIAT Angkatan 2 mengawali kegiatan sosialisasi dengan memaparkan mengenai peluang masyarakat dalam memasarkan produk lokal yang diproduksi melalui platform digital yang saat ini telah banyak digunakan, serta dapat meningkatkan kuantitas penjualan produk. Selain itu, kegiatan ini sangat diharapkan dapat meningkatkan kualitas sumber daya manusia (SDM) tentang digital marketing saat ini, terutama pelaku usaha yang ada di Desa Sumber, Kecamatan Trucuk, Kabupaten Klaten.

---

<sup>6</sup> Sunyoto Danang, Manajemen Sumber Daya Manusia, (Jakarta: PT Buku Seru, 2012), hlm. 67.



Gambar 1: Foto bersama pelaku UMKM Desa Sumber



Gambar 2: Penyerahan Plakat kepada Narasumber

### Evaluasi Kegiatan

Bergerak dalam bidang bisnis khususnya penerapan digital bisnis perlu adanya evaluasi kegiatan guna meminimalisir hambatan-hambatan yang sudah terjadi.<sup>7</sup>Evaluasi dapat meningkatkan inovasi dan perubahan arah gerak dalam memasarkan produk. Berdasarkan hasil evaluasi penerapan sosialisasi digitalisasi bisnis produk lokal pelaku UMKM Desa Sumber dalam penjualan produknya meningkat secara menyeluruh baik dalam penjualan langsung maupun penjualan tidak langsung. Tim UNNES GIAT Angkatan 2 dan pelaku UMKM Desa Sumber dalam pemberian sosialisasi dan pendampingan yang berupa edukasi secara langsung dalam memanfaatkan teknologi seperti sosial media sebagai sarana pemasaran secara digital.<sup>8</sup>

### SIMPULAN

Indonesia merupakan negara perekonomian yang didominasi oleh adanya UMKM. Dampak Covid-19 berpengaruh cukup buruk bagi UMKM seperti nilai perdagangan dan total produksi yang merosot, serta tenaga kerja yang menurun karena hilangnya mata pencaharian mereka akibat pandemi global ini. Di zaman dengan teknologi yang semakin canggih telah memudahkan para pelaku usaha dalam memasarkan dan menjual produk-produk mereka secara *online*. Namun, tetap saja mayoritas pelaku UMKM di Desa Sumber yang acuh dan tidak mau meleak digital, serta masih terbiasa menjalankan bisnis secara konvensional. Padahal, dengan upaya digitalisasi UMKM, banyak keuntungan yang akan didapat oleh pelaku usaha di Desa Sumber. Terkait permasalahan yang dihadapi pelaku UMKM Desa Sumber tersebut, maka solusi kami dalam mengatasi permasalahan tersebut adalah dengan memberikan penyuluhan secara insentif bagaimana cara memanfaatkan teknologi seperti sosial media dengan baik agar memberikan dampak yang baik dalam meningkatkan penghasilan dari penjualan produk lokal tersebut. Setelah dilaksanakannya kegiatan sosialisasi, penerapan sosialisasi digitalisasi bisnis produk lokal pelaku UMKM Desa Sumber dalam penjualan produknya meningkat secara menyeluruh baik dalam penjualan langsung maupun penjualan tidak langsung.

---

<sup>7</sup> Firman Mansir, Halim Purnomo, "Pemberdayaan Masyarakat Melalui Digital Marketing Dan Media Sosial Sebagai Media Promosi Era Pandemi Covid-19 Di UMKM Panggungharjo Sewon", *Abdimu Singkerru*, Vol. 1, No. 1, (April, 2021); 43.

<sup>8</sup> Jony Wong, *Internet Marketing for Beginners*, (Jakarta: PT Elex Media Komputindo, 2010), hlm. 13.

**DAFTAR PUSTAKA**

- Firman Mansir, Halim Purnomo. (2021) "Pemberdayaan Masyarakat Melalui Digital Marketing Dan Media Sosial Sebagai Media Promosi Era Pandemi Covid-19 Di UMKM Panggungharjo Sewon", *Abdimu Singkerru*, Vol. 1, No. 1.
- Jony Wong. (2010) *Internet Marketing for Beginners*, Jakarta: PT Elex Media Komputindo.
- Kata Data Insight Center. *Digitalisasi UMKM di Tengah Pandemi Covid-19*. <https://katadata.co.id/umkm> (Diakses pada 3 September 2022).
- Kemenkop UKM. (2020). Menkop dan UKM *Paparkan Skema Pemulihan Ekonomi UKM di Masa dan Pasca Pandemi Covid-19*.
- Marlinah, L. (2020). Peluang dan Tantangan UMKM Dalam Upaya Memperkuat Perekonomian Nasional Tahun 2020 Ditengah Pandemi Covid 19. *Jurnal Ekonomi*.
- Sunyoto Danang. (2012) *Manajemen Sumber Daya Manusia*, Jakarta: PT Buku Seru.
- Suwatno. (2017). Komunikasi Pemasaran Kontekstual. Bandung: Simbiosis Rekatama Media.
- Utari, T., & Dewi, P. (2014). *Pengaruh Modal, Tingkat Pendidikan Dan Teknologi Terhadap Pendapatan Usaha Mikro Kecil Dan Menengah (UMKM) Di Kawasan Imam Bonjol Denpasar Barat*. *Jurnal Ekonomi Pembangunan*.