

SOSIALISASI TENTANG PENGEMBANGAN UMKM SECARA DIGITAL MELALUI E-COMMERCE KEPADA PARA PELAKU UMKM DI DESA DANGIN PURI KELOD

Putu Eva Ditayani Antari¹⁾, I Wayan Ardita²⁾

¹⁾ Fakultas Ekonomi dan Bisnis, Universitas Pendidikan Nasional Denpasar

²⁾ Fakultas Hukum, Universitas Pendidikan Nasional Denpasar
evaditayaniantari@undiknas.ac.id

Abstract

The utilization of E-commerce has become an effective strategy to enhance the competitiveness of Micro, Small, and Medium Enterprises (MSMEs) in the digital era. However, many MSME entrepreneurs still lack an understanding of the benefits and optimal use of digital platforms for their businesses. This community service activity aims to provide socialization and training on the use of E-commerce to help MSMEs expand their market reach and increase sales. The methods used in this activity include seminars, interactive workshops, and technical assistance. The materials covered the introduction to E-commerce, digital marketing strategies, and hands-on practice in setting up online stores on various platforms. The results indicate an increased understanding among participants regarding E-commerce, with several MSMEs successfully creating online stores and implementing digital marketing strategies. In conclusion, this socialization program has positively impacted MSMEs' digital literacy. However, further mentoring is needed to ensure the sustainable implementation of E-commerce in their businesses.

Keywords: E-commerce, MSMEs, Socialization, Digital Marketing, Digital Transformation.

Abstrak

Pemanfaatan E-commerce menjadi strategi yang efektif dalam meningkatkan daya saing UMKM di era digital. Namun, masih banyak pelaku UMKM yang belum memahami manfaat serta cara mengoptimalkan penggunaan platform digital dalam bisnis mereka. Kegiatan pengabdian masyarakat ini bertujuan untuk memberikan sosialisasi dan pelatihan mengenai penggunaan E-commerce bagi UMKM agar mereka dapat memasarkan produk secara lebih luas dan meningkatkan penjualan. Metode yang digunakan dalam kegiatan ini meliputi seminar, workshop interaktif, dan pendampingan teknis. Materi yang diberikan mencakup pengenalan E-commerce, strategi pemasaran digital, serta praktik langsung dalam pembuatan toko online di berbagai platform. Hasil kegiatan menunjukkan adanya peningkatan pemahaman peserta mengenai E-commerce, dengan beberapa UMKM berhasil membuat toko online dan menerapkan strategi digital marketing. Kesimpulannya, sosialisasi ini memberikan dampak positif dalam meningkatkan literasi digital UMKM, namun masih dibutuhkan pendampingan lanjutan untuk memastikan keberlanjutan implementasi E-commerce dalam bisnis mereka.

Keywords: E-commerce, UMKM, Sosialisasi, Digital Marketing, Transformasi Digital.

PENDAHULUAN

Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah (UMKM) memiliki peran penting dalam pertumbuhan ekonomi Indonesia. Namun, masih banyak

UMKM yang menghadapi kendala dalam pemasaran dan distribusi produk, terutama di era digital saat ini. *E-commerce* menjadi salah satu solusi yang dapat membantu UMKM untuk memperluas pasar, meningkatkan

penjualan, dan bersaing di era industri 4.0.

Denpasar merupakan salah satu daerah paling padat di bali dengan penduduk sekitar 673.270 jiwa. Dengan jumlah penduduk sebanyak itu seharusnya para pelaku usaha UMKM dapat memanfaatkan peluang tersebut dengan baik. Pemanfaatan teknologi bagi pelaku UMKM masih sangat kurang sehingga penjualan atau pemasaran produk mereka belum optimal sehingga perlu pengembangan UMKM secara digital yang bisa dilakukan dengan platform ECommerce. Di era digital seperti sekarang para pelaku UMKM harus muali memanfaatkan teknologi yang ada supaya bisa berkembang dan bersaing dengan usaha lain, Penggunaan teknologi yang baik akan memudahkan para pelaku usaha dan konsumen dalam menjangkau pasar dan produk.

Daerah Dangin Puri Kelod, Denpasar, merupakan salah satu wilayah yang memiliki potensi ekonomi yang cukup besar, terutama dalam sektor Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah (UMKM). Dangin Puri Kelod wilayah yang sangat strategis yang sangat dekat dengan pusat kota denpasar, UMKM di daerah ini masih menghadapi beberapa tantangan, seperti keterbatasan akses pasar, keterbatasan sumber daya dan keterbatasan penggunaan teknologi digital. Permasalahan utama yang dihadapi para pelaku UMKM di daerah Denpasar terutama di daerah dangin puri kelod adalah pemasaran secara digital. Dengan daerah yang sangat strategis seharusnya UMKM di Desa Dangin Puri Kelod bisa menjadi lebih baik. Dengan penggunaan teknologi digital *E-commerce*, seperti Shoppe, Toko Pedia, Go-food dan lain lain nya seharusnya bisa meningkatkan pendapatan para pelaku UMKM.

Dalam era digital saat ini, pengembangan UMKM secara digital melalui platform *E-commerce* merupakan salah satu solusi yang efektif untuk meningkatkan kemampuan UMKM di daerah Dangin Puri Kelod, Denpasar untuk meningkatkan penjualan. Platform *E-commerce* dapat membantu UMKM dalam meningkatkan akses pasar, dan meningkatkan penjualan. Dengan pemasaran yang dilakukan secara digital diharapkan dapat menjangkau lebih banyak konsumen secara luas supaya bisa meningkatkan pendapatan para pelaku UMKM di daerah dangin puri.

Namun, masih banyak UMKM di daerah Dangin Puri Kelod, Denpasar, yang belum memanfaatkan teknologi digital dalam mengembangkan usahanya. Oleh karena itu, sosialisasi tentang pengembangan UMKM secara digital melalui platform *E-commerce* merupakan langkah yang strategis untuk meningkatkan kemampuan UMKM di daerah ini apalagi masih banyak UMKM yang masih asing dengan teknologi digital. Seperti para pedagang Nasi campu, dan masih banyak pedagang yang masih asing dengan teknologi *E-commerce*. Dengan sosialisasi ini diharapkan dapat memberikan manfaat bagi para pelaku UMKM supaya mereka bisa memasarkan produknya secara online dan dapat meningkatkan kualitas produk dan layanan yang ditawarkan supaya bisa meningkatkan penghasilan para pelaku UMKM tersebut.

METODE

Metode pengabdian masyarakat yang digunakan dalam kegiatan PENGABDIAN MASYARAKAT ini adalah metode partisipatif dan edukatif, di mana mahasiswa tidak hanya memberikan sosialisasi, tetapi juga

terlibat langsung dalam membantu UMKM dalam penerapan strategi digital. Sosialisasi dilakukan melalui pendekatan penyuluhan dan pelatihan kepada pelaku usaha mengenai pentingnya pemasaran digital, penggunaan *e-commerce*, serta pemahaman terhadap persaingan bisnis online. Selain itu, metode pendampingan teknis diterapkan dalam membantu pembuatan akun *e-commerce*, penambahan lokasi usaha di Google Maps, serta pengoptimalan pemasaran digital untuk meningkatkan daya saing UMKM. Kegiatan dilaksanakan pada tanggal 13 Januari 2025 sampai dengan 28 Februari 2025. Untuk mencapai tujuan dari sosialisasi ini, ada beberapa metode pelaksanaan yang digunakan adalah :

1. Sosialisasi pengembangan UMKM secara digital



Gambar 1. Sosialisasi Ke UMKM

Para pelaku UMKM diberikan penjelasan tentang pentingnya pengembangan usaha atau pemasaran secara digital. Apalagi di era yang serba online mereka juga harus mulai menggunakan *E-commerce* untuk mendukung usaha yang mereka jalankan. Mereka juga diberikan gambaran tentang perkembangan dan persaingan pasar secara online,

sehingga mereka bisa memahami gimana persaingan UMKM secara digital saat ini.

2. Membantu Membuat Platform E-Commerce Pada Nasi Kuning Merawan



Gambar 2. Membantu Membuat Akun E-commerce

Setelah mensosialisasikan tentang perkembangan UMKM secara digital selanjutnya saya menjelaskan cara membuat akun *E-commerce*. Setelah saya membantu membuat akun *E-commerce*, dan menambahkan lokasi dari Warung Nasi Kuning Merawan di Google.

HASIL DAN PEMBAHASAN

Hasil dari kegiatan pengabdian masyarakat ini menunjukkan adanya peningkatan pemahaman para pelaku UMKM di Desa Dangin Puri Kelod mengenai pentingnya digitalisasi dalam pengembangan usaha mereka. Melalui sosialisasi yang dilakukan, para pelaku UMKM mulai menyadari bahwa pemasaran secara digital, terutama melalui *e-commerce*, dapat membantu memperluas jangkauan pasar dan meningkatkan daya saing usaha mereka. Mereka juga mendapatkan wawasan tentang tren pasar online, strategi pemasaran digital, serta penggunaan platform *e-commerce* untuk meningkatkan penjualan. Selain itu, para peserta aktif berdiskusi mengenai

kendala yang mereka hadapi dalam beradaptasi dengan teknologi digital, sehingga memungkinkan adanya solusi yang lebih sesuai dengan kondisi masing-masing UMKM.

Selain peningkatan pemahaman, kegiatan ini juga menghasilkan dampak nyata berupa implementasi *e-commerce* pada beberapa UMKM yang ikut serta. Salah satu contohnya adalah Warung Nasi Kuning Merawan, yang kini telah memiliki akun *e-commerce* dan lokasi usaha yang terdaftar di Google Maps. Dengan adanya pendampingan langsung dalam pembuatan akun serta pengelolaan awal pemasaran digital, pelaku usaha dapat mulai memanfaatkan platform online untuk menarik lebih banyak pelanggan. Keberhasilan ini diharapkan dapat menjadi contoh bagi UMKM lain di sekitar Desa Dangin Puri Kelod agar semakin banyak yang memanfaatkan teknologi digital dalam menjalankan usaha mereka.

Ruang lingkup Program Pengabdian masyarakat ini berfokus pada sosialisasi dan edukasi pengembangan UMKM secara digital pada para pelaku UMKM di Sekitaran Desa Dangin Puri Kelod sebagai upaya untuk meningkatkan pendapatan dan kesejahteraan masyarakat atau para pelaku UMKM. Perkembangan Digital sangat berpengaruh terhadap pertumbuhan pendapatan para pelaku UMKM, Tapi masih banyak pelaku UMKM di Desa Dangin Puri Kelod belum mengerti tentang penggunaan *E-commerce* atau pemasaran produk yang mereka jual secara online.

Diperlukan sosialisasi yang bisa membantu mereka untuk mendapatkan informasi tentang pengembangan usaha dan pemasaran produk yang mereka jual bisa juga di tawarkan secara online melalui platform-platform Digital Seperti GoFood, Shoppe Food dan lain-lain.

Supaya para pelaku usaha bisa mencakup pasar yang lebih luas tidak hanya di daerah Dangin Puri Kelod saja. Sosialisasi yang telah dilakukan antara lain seperti cara pembuatan akun di beberapa platform digital dan cara membuat visual produk supaya terlihat menarik bagi para pembeli, dari sosialisasi ini diharapkan bisa memberikan manfaat yang signifikan terhadap perkembangan dan hasil penjualan dari produk yang mereka tawarkan. Dari Sosialisasi yang dilakukan di harapkan bisa membuat para pelaku usaha bisa menjadi lebih kreatif dalam menggunakan E-Commer untuk mendapatkan keuntungan yang lebih tinggi. Dengan berlangsungnya sosialisasi ini diharapkan para pelaku UMKM dapat mengerti bahwa pengembangan UMKM secara digital itu sangat penting dan bisa membantu mereka untuk memasarkan produk mereka secara luas.

Permasalahan yang dihadapi dalam pelaksanaan sosialisasi pengembangan UMKM secara digital yaitu kurangnya kesadaran para pelaku UMKM terhadap perkembangan digital. Sebelum diberikannya sosialisasi, ada beberapa pelaku UMKM yang belum sadar dan mengerti betapa pentingnya *E-commerce* saat ini. Selain itu mereka juga tidak mengetahui gimana cara kerja dari platform *E-commerce* secara langsung. Masih banyak dari para pelaku usaha yang masih asing terhadap penggunaan ECommerce terhadap usaha yang mereka jalankan.

Hasil pengabdian kepada masyarakat mengenai “ Sosialisasi tentang pengembangan UMKM secara digital melalui *E-commerce*” telah berhasil dilaksanakan berkat dukungan dari pihak perbekel Desa Dangin Puri Kelod dan para pelaku UMKM yang merupakan warga Desa Dangin Puri Kelod yang membantu pada saat kegiatan Pengabdian masyarakat berlangsung dan seluruh mahasiswa/I pengabdian masyarakat

UNDIKNAS Desa Dangin Puri Kelod 2025. Dengan melaksanakan program kerja ini agar para pelaku UMKM bisa meningkatkan pengetahuan tentang penggunaan *E-commerce* dan bisa menjangkau lebih luas pelanggan.

Usaha mikro, kecil, dan menengah (UMKM) memiliki peran penting dalam perekonomian masyarakat Indonesia. Keberadaan UMKM sangat bermanfaat dalam hal pendistribusian pendapatan masyarakat. Melihat dari peranan tersebut, perlu dilakukan pelatihan guna menunjang keberlangsungan dari UMKM dan membantu mereka mengatasi berbagai permasalahan yang ada dari aspek perkembangan secara digital maupun pemasaran secara online. Dari hasil melaksanakan program kerja Mahasiswa/I pengabdian masyarakat Undiknas 2025 dengan Sosialisasi Tentang Pengembangan UMKM Secara Digital Melalui ECommerce Di Desa Dangin Puri Kelod yaitu sebagai berikut:

1) Para pelaku UMKM memiliki pemahaman tentang pentingnya penggunaan teknologi digital seperti *E-commerce*.

2) Lebih terampil dalam penggunaan *E-commerce*



Gambar 3. Kegiatan Pengabdian Masyarakat

Indikator dalam Sosialisasi ini bertujuan agar perkembangan teknologi digital bisa membantu masyarakat terutama para pelaku UMKM dan bisa menjangkau lebih luar konsumen. Hal ini dapat meningkatnya pendapatan secara tidak langsung dari para pelaku usaha di Desa Dangin Puri Kelod.

Rencana keberlanjutan dari program kerja ini adalah dapat

mempublikasikan, mempromosikan, dan memperkenalkan produk dari para pelaku UMKM di Desa Dangin Puri Kelod. Sehingga masyarakat yang berada di sekitaran Denpasar bisa mendapat produk yang lebih cepat karena ada di dekat mereka yang berada di Desa Dangin Puri Kelod. Pemasaran harus dirancang dan direncanakan dengan baik demi menarik ketertarikan orang untuk membeli produk ini. Maka dari itu jenis pemasaran yang bisa dilakukan adalah digital marketing melalui *E-commerce*.

Seharusnya pelaku usaha di Desa Dangin Puri Kelod lebih mengenal tentang kegiatan pemasaran suatu produk secara digital. Hal ini harus segera dicanangkan agar tidak hanya masyarakat sekitar desa yang mengetahui produk yang mereka jual. Dengan penggunaan *E-commerce* yang baik maka hal itu juga akan berdampak sangat baik terhadap pendapatan secara tidak langsung akan memperbaiki perekonomian para pelaku UMKM di Desa Dangin Puri Kelod.

Proses realisasi program kerja ini tentu mendapatkan kendala dan beberapa hambatan yang lumayan sulit karena penulis dan mahasiswa/I pengabdian masyarakat UNDIKNAS Desa Dangin Puri Kelod 2025 belum tentu mampu merealisasikan hasil pengabdian secara maksimal kepada seluruh UMKM yang ada di Desa Dangin Puri Kelod. Namun melakukan Sosialisasi pada beberapa UMKM di Desa Dangin Puri Kelod diharapkan membawa manfaat dan menimbulkan dampak positif yang bisa dirasakan oleh para pelaku usaha di Desa Dangin Puri Kelod nantinya.

SIMPULAN

Berdasarkan hasil pelaksanaan sosialisasi pengembangan UMKM secara digital melalui *E-commerce* di Desa Dangin Puri Kelod, dapat disimpulkan bahwa program ini

memberikan manfaat yang signifikan bagi para pelaku UMKM. Sosialisasi ini berhasil meningkatkan pemahaman mereka mengenai pentingnya teknologi digital dalam memperluas pasar dan meningkatkan penjualan. Dengan adanya pendampingan dalam pembuatan akun *E-commerce* dan optimasi pemasaran digital, para pelaku usaha kini lebih terampil dalam menggunakan platform digital seperti GoFood dan Shopee Food. Namun, masih terdapat beberapa kendala dalam implementasi program ini. Tantangan utama adalah kurangnya kesadaran dan pemahaman awal dari para pelaku UMKM mengenai manfaat *E-commerce*. Selain itu, masih ada keterbatasan dalam penggunaan teknologi digital di kalangan pelaku UMKM yang belum terbiasa dengan sistem online. Oleh karena itu, diperlukan upaya lanjutan untuk meningkatkan literasi digital mereka, baik melalui pelatihan berkala maupun pendampingan langsung. Sebagai saran, program ini dapat diperluas dengan melibatkan lebih banyak pelaku UMKM serta dukungan dari pemerintah daerah dan akademisi untuk memberikan pelatihan lanjutan yang lebih intensif. Selain itu, kolaborasi dengan marketplace atau platform digital lainnya juga dapat menjadi strategi yang efektif untuk meningkatkan keterampilan digital para pelaku usaha. Dengan adanya kesinambungan program ini, diharapkan UMKM di Desa Daging Puri Kelod dapat lebih siap menghadapi persaingan di era digital dan mampu meningkatkan kesejahteraan ekonomi mereka secara berkelanjutan.

DAFTAR PUSTAKA

- Cisila, S. (2019). Revolusi Industri 4.0 Merupakan Peluang Dan Tantangan Bisnis Bagi Generasi Milenial Di Indonesia. Prosiding Seminar Nasional Fakultas Ekonomi Untidar, 555–563. <https://jurnal.untidar.ac.id/index.php/semnasfe/article/view/2111>
- Indonesia, Y. (2023). 7 tantangan utama pelaku UMKM dalam mengembangkan usaha di era digital. YUKK Payment Gateway.
- Jeffri, M., Chandra, A., & Nengsih, M. K. (2024). Pelatihan Manajemen Strategi Dan Organisasi Bisnis Pada UMKM Makanan Khas Bengkulu “ Kue Bay Tat Rieka II ” Di Kota Bengkulu. 3(2), 57–61.
- Ludbiyanto, O. X., & Pratiwi, T. K. (2023). Pentingnya Manajemen Pemasaran bagi Pelaku UMKM di Kelurahan Wonorejo, Kecamatan Rungkut, Kota Surabaya. Jurnal Masyarakat Mengabdikan Nusantara, 2(3), 30–36.
- M. Amir Nasution. (2019). Pengaruh Harga Dan Kualitas Produk Alat Kesehatan Terhadap Keputusan Pembelian Konsumen Pada Pt. Dyza Sejahtera Medan. Jurnal Warta Edisi 59. <https://jurnal.dharmawangsa.ac.id/index.php/juwarta/article/view/353/346>
- Moerdijat, L. (2023). Segera atasi kendala dalam transformasi digital di sektor UMKM. Mpr.Go.Id. 17 Mucharomah, N. L. (2023). Survei: 70% UMKM lokal di Indonesia kesulitan memasarkan produk. DailySocial.

- Putra, T. W. A., Solechan, A., & Hartono, B. (2023). Transformasi Digital Pada UMKM Dalam Meningkatkan Daya Saing Pasar. *Jurnal Informatika Upgris*, 9(1), 7–12. <https://doi.org/10.26877/jiu.v9i1.15096>
- Ramli, R. R., & Ika, A. (2022). Hasil riset Tunjukan Baru 20 Persen. *Kompas.Com*.
- Yusmaniarti, Nengsih, M. K., & Herfianti, M. (2023). Penguatan Kelembagaan Perkoperasian Bagi SDM Koperasi Wanita Kelompok Usaha Lemang Tapai Kota Bengkulu. *Publikasi Hasil Pengabdian Kepada Masyarakat*, 3(1), 26–32.
- Zaenal Asikin, M., & Fadilah, M. O. (2024). Masa Depan Kewirausahaan dan Inovasi: Tantangan dan Dinamika dalam Era Digital. *Jurnal Syntax Admiration*, 5(1), 303–310. <https://doi.org/10.46799/jsa.v5i1.1023>.