

MENINGKATKAN KESADARAN PUBLIK TENTANG TRANSFORMASI DIGITAL UMKM TRADISIONAL KE E-COMMERCE MELALUI WEBINAR NASIONAL 'FORUM DIGITALK'

Feliks Prasepta Sejahtera Surbakti

Program Studi Teknik Industri, Universitas Katolik Indonesia Atma Jaya
feliks.prasepta@atmajaya.ac.id

Abstract

The digital transformation of Micro, Small, and Medium Enterprises (MSMEs) into e-commerce is a key topic in today's rapidly advancing tech environment. With over 65 million MSMEs playing a major role in Indonesia's GDP and job market, transitioning from traditional business methods to e-commerce is crucial for their continued growth and staying competitive. This service project aims to support MSMEs in adopting digital tools to improve their operations and expand customer reach. Using both statistical analysis and case studies, this research looks at the challenges and opportunities MSMEs face during their digital shift. Notably, 83.8% of Indonesian MSMEs have started using digital platforms, with e-commerce making up 13% of their online presence. Despite this progress, they still face hurdles like limited technology infrastructure and low digital literacy. The project concludes that MSMEs need to embrace digital transformation, especially by integrating social commerce and AI, to remain relevant in the future marketplace. In summary, the study stresses the importance of ongoing support and education to help MSMEs successfully navigate their digital transformation.

Keywords: digital transformation, e-commerce adoption, MSME.

Abstrak

Transformasi digital Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah (UMKM) ke e-commerce adalah topik penting di tengah perkembangan teknologi yang pesat saat ini. Dengan lebih dari 65 juta UMKM yang berperan besar dalam PDB dan pasar tenaga kerja di Indonesia, peralihan dari metode bisnis tradisional ke e-commerce sangat penting untuk menjaga pertumbuhan dan daya saing UMKM. Program pengabdian masyarakat ini bertujuan untuk membantu UMKM dalam mengadopsi teknologi digital untuk meningkatkan efektivitas operasi bisnis dan memperluas jangkauan pelanggan. Secara khusus, data statistik menunjukkan 83,8% UMKM di Indonesia telah mulai memanfaatkan platform digital. UMKM yang memanfaatkan e-commerce mencakup 13%. Meskipun ada kemajuan, UMKM masih menghadapi hambatan seperti infrastruktur teknologi yang terbatas dan rendahnya literasi digital. Kegiatan pengabdian masyarakat ini menyimpulkan bahwa UMKM perlu mengadopsi transformasi digital, terutama dengan mengintegrasikan social commerce dan kecerdasan buatan (AI), agar tetap relevan di pasar masa depan. Secara keseluruhan, studi ini menekankan pentingnya dukungan dan edukasi berkelanjutan untuk membantu UMKM melakukan transformasi digital dengan efektif.

Keywords: Transformasi digital, adopsi e-commerce, UMKM.

PENDAHULUAN

Di era digital saat ini, peran Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah

(UMKM) semakin penting bagi perekonomian Indonesia, menyumbang lebih dari 60% terhadap PDB nasional dan mempekerjakan lebih dari 56%

tenaga kerja di negara ini (Intaniasari et al., 2023). Walaupun memiliki peran yang signifikan, banyak UMKM masih mengandalkan model bisnis konvensional yang bergantung pada transaksi tatap muka dan interaksi luring. Kemajuan teknologi yang pesat, terutama dalam e-commerce, menghadirkan baik peluang maupun tantangan bagi UMKM konvensional ini (Tambunan, 2021). Peralihan menuju transformasi digital bukan lagi sebuah pilihan, melainkan keharusan untuk kelangsungan bisnis dan daya saing di pasar global (Warner & Wäger, 2019).

Studi-studi sebelumnya dan program pengabdian masyarakat telah banyak berfokus pada digitalisasi UMKM (Farhan & Shifa, 2023; Rofii et al., 2023; Wusqo et al., 2023). Beberapa program telah berhasil memperkenalkan UMKM untuk menggunakan media sosial sebagai alat pemasaran. Hasil penelitian menunjukkan bahwa 40% UMKM di Indonesia telah mengadopsi media sosial sebagai alat pemasaran. Selain itu, 38% UMKM telah mulai memanfaatkan platform pesan instan untuk mendukung operasi bisnis. Namun, hanya 13% yang telah mengintegrasikan e-commerce ke dalam model bisnis mereka (Septiawan & Ramdani, 2023). Hal ini menunjukkan adanya kesenjangan yang signifikan dalam memanfaatkan pasar online untuk ekspansi bisnis. Kegiatan pengabdian masyarakat sebelumnya telah mengeksplorasi tantangan literasi digital, kurangnya infrastruktur, dan resistensi masyarakat pengusaha terhadap adopsi teknologi baru (Restianty, 2018). Meskipun banyak kegiatan pengabdian masyarakat telah memperkenalkan dasar-dasar transformasi digital, kegiatan tersebut sebagian besar berfokus pada pemasaran digital, bukan melakukan

integrasi menyeluruh ke dalam platform e-commerce.

Masalah utama yang dibahas dalam pengabdian masyarakat ini adalah rendahnya tingkat adopsi e-commerce di kalangan UMKM di Indonesia, walaupun terdapat tren yang semakin meningkat kesadaran masyarakat dalam mengadopsi teknologi digital, khususnya e-commerce. Hipotesisnya adalah dengan memberikan edukasi dan pelatihan yang terarah dalam pemanfaatan e-commerce, UMKM akan mampu mengatasi tantangan dalam transformasi digital, yang pada akhirnya akan meningkatkan jangkauan pasar dan pertumbuhan bisnis.

METODE

Untuk mencapai tujuan yang ditetapkan dalam kegiatan pengabdian masyarakat yang berjudul "Transformasi Digital dari UMKM Konvensional ke E-commerce," metode yang digunakan adalah edukasi dan pelatihan melalui webinar nasional yang disebut "Forum Digital." Metode ini bertujuan untuk meningkatkan kesadaran dan pemahaman masyarakat tentang pentingnya transformasi digital bagi bisnis, khususnya UMKM, dan transisi mereka ke e-commerce. Kegiatan pengabdian ini akan meningkatkan kesadaran dan pengetahuan masyarakat berbasis edukasi, yang melibatkan berbagai pemangku kepentingan, yaitu masyarakat, dunia akademis, legislator dan pemerintah. Untuk menjangkau peserta kegiatan pengabdian masyarakat yang lebih luas, tanpa terbatas jarak dan waktu, metode yang dilakukan adalah melalui webinar dengan menyampaikan konten edukatif melalui presentasi dan alat bantu visual lain untuk memastikan materi yang mudah dipahami oleh

peserta webinar.

Webinar Nasional "Forum Digitalk" dengan tema "Transformasi Digital dari UMKM Konvensional ke E-commerce" diselenggarakan oleh Kementerian Komunikasi dan Informatika (Kemkominfo) bekerja sama dengan Komisi I Dewan Perwakilan Rakyat Republik Indonesia (DPR RI). Seluruh acara webinar difasilitasi oleh Studio Intel Pasar Minggu, yang ditunjuk oleh Kemkominfo, berlokasi di Jalan Tlk. Peleng No.B/32, RT.4/RW.8, Pasar Minggu, Jakarta Selatan, Daerah Khusus Ibukota Jakarta, 12520. Universitas Katolik Indonesia Atma Jaya sebelumnya telah berkolaborasi dengan Studio Intel Pasar Minggu dalam penyelenggaraan webinar nasional lainnya berjudul "Membangun Masa Depan Cerah bagi Generasi Z," yang menargetkan siswa sekolah menengah atas yang terdaftar dalam Program Studi Teknik Industri (Prasetya & Surbakti, 2023).

Selama fase persiapan, para pembicara mempersiapkan, menyusun, dan menyampaikan materi berdasarkan topik yang telah ditentukan. Acara ini menghadirkan tiga pembicara: H. Muhammad Farhan, S.E. (anggota Komisi I Dewan Perwakilan Rakyat Republik Indonesia), Feliks Prasepta Sejahtera Surbakti, S.T., M.T., PhD (dosen Universitas Katolik Indonesia Atma Jaya), dan Septriana Tangkary, S.E., M.M. (Direktur Informasi dan Komunikasi Ekonomi dan Maritim di Kementerian Komunikasi dan Informatika). *Flyer* acara (a) dan materi presentasi (b) yang disampaikan oleh Feliks Prasepta Sejahtera Surbakti, S.T., M.T., PhD, ditampilkan pada Gambar 1. Acara ini melibatkan koordinasi dengan seluruh pembicara, moderator, dan peserta, yang terdiri dari pemilik UMKM kecil dan menengah, khususnya

yang masih beroperasi dengan metode konvensional dan memiliki keterbatasan pengetahuan dan akses terhadap platform e-commerce. Mayoritas peserta merupakan konstituen H. Muhammad Farhan, S.E., yang mewakili Daerah Pemilihan Jawa Barat 1 (Kota Bandung dan Kota Cimahi). Webinar dilaksanakan secara daring melalui Zoom. Panitia mengirimkan tautan Zoom kepada peserta yang telah mendaftar sehari sebelum acara. Selain itu, acara ini juga disiarkan langsung melalui saluran YouTube Studio Intel Pasar Minggu. Pada fase pelaksanaan, dilakukan pula evaluasi, termasuk *pre-test* dan *post-test* untuk mengukur perubahan pengetahuan dan kesadaran masyarakat sebelum dan sesudah acara webinar.



Gambar 1: Kompilasi *flyer* acara dan materi presentasi webinar

HASIL DAN PEMBAHASAN

Hasil dari kegiatan pengabdian masyarakat ini adalah terlaksananya webinar Forum Digitalk dengan topik "Transformasi Digital dari UMKM Konvensional ke E-commerce," dengan baik dan lancar. Mayoritas peserta berasal dari Kota Bandung dan Kota Cimahi. Acara webinar ini disiarkan langsung melalui platform Zoom (Gambar 2, 3, dan 4). Sebagai salah satu pembicara utama, penulis

menyampaikan materi berjudul "Transformasi Digital dari UMKM Konvensional ke E-commerce." Selain disiarkan melalui Zoom, acara ini juga disiarkan secara langsung di Youtube dan tersedia untuk ditonton di saluran YouTube Studio Intel Pasar Minggu melalui tautan berikut:

<https://www.youtube.com/watch?v=Sz0At0BGzgQ&t=24s>



Gambar 2: Pembicara dan moderator dalam webinar pengabdian masyarakat



Gambar 3. Penyampaian materi dalam webinar pengabdian masyarakat



Gambar 4. Screenshot peserta webinar yang hadir

Materi yang disampaikan kepada peserta webinar adalah panduan transformasi digital, manual langkah demi langkah untuk pengaturan e-commerce

(Safina et al., 2024), dan sumber daya edukatif tentang pemanfaatan AI untuk optimalisasi bisnis (Schmitt, 2023). Materi-materi ini disesuaikan dengan tingkat literasi teknologi peserta webinar dan dirancang agar mudah dipahami.

Sebelum para pembicara-pembicara kunci menyampaikan materi, dilakukan *pre-test* untuk seluruh peserta webinar. Dari hasil *pre-test*, dapat dilihat bahwa para peserta belum memiliki kesadaran, pemahaman dan pengetahuan yang memadai terkait transformasi digital UMKM konvensional beralih ke ecommerce. Oleh karena itu, dalam penyampaian materi, metode yang dipilih adalah presentasi dan peragaan visual lainnya (pemutaran video) oleh para pembicara. Setelah ketiga pembicara, yang berasal dari latar belakang berbeda—yaitu seorang anggota Dewan Perwakilan Rakyat Republik Indonesia, seorang akademisi, dan seorang praktisi—menyampaikan presentasi mereka, dilanjutkan dengan sesi tanya jawab, di mana banyak peserta mengajukan pertanyaan tentang topik yang menarik perhatian mereka dan membutuhkan klarifikasi lebih lanjut. Setelah sesi tanya jawab selama 15 menit berakhir, dilakukan *post-test*. Hasil *post-test* menunjukkan peningkatan yang signifikan dalam pemahaman peserta. Kesadaran dan pengetahuan mereka mengenai transformasi digital UMKM konvensional beralih ke ecommerce meningkat secara signifikan. Setelah mengikuti webinar nasional tersebut, kesadaran dan pengetahuan masyarakat peserta webinar tentang transformasi digital UMKM konvensional beralih ke ecommerce di Indonesia meningkat sebesar 75%.

Selain peningkatan kesadaran, pemahaman dan pengetahuan; perubahan sikap terhadap manfaat penggunaan teknologi juga merupakan hasil penting dari kegiatan pengabdian masyarakat ini. Sebelum acara webinar nasional ini

berlangsung, beberapa peserta meragukan manfaat penggunaan teknologi bagi usaha kecil dan menengah mereka. Namun, setelah mengetahui manfaatnya secara langsung, terjadi perubahan signifikan dalam perspektif dan cara pandang mereka terhadap penggunaan teknologi. Para peserta menjadi lebih terbuka untuk mengadopsi teknologi sebagai alat bantu yang dapat digunakan untuk mengembangkan bisnis mereka yang telah berjalan saat ini dan memperluas jangkauan pasar yang ada saat ini.

SIMPULAN

Hasil dari kegiatan pengabdian masyarakat yang telah dilakukan menunjukkan dampak yang signifikan dalam mencapai tujuan diadakannya pengabdian masyarakat ini. Para peserta menunjukkan peningkatan yang berarti dalam kesadaran, pemahaman dan pengetahuan, terutama dalam memanfaatkan teknologi digital untuk pengembangan dan manajemen bisnis mereka. Perubahan sikap mereka terhadap adopsi teknologi juga menunjukkan hasil yang positif. Para peserta webinar menjadi lebih terbuka untuk menggunakan alat digital guna mendukung dan memperluas usaha kecil dan menengah mereka. Temuan ini sejalan dengan tujuan program yaitu untuk memberdayakan pengusaha lokal melalui teknologi, yang berkontribusi pada keberlanjutan dan pertumbuhan bisnis mereka. Kemampuan peserta untuk menerapkan apa yang mereka pelajari dalam konteks dunia nyata mencerminkan keberhasilan program dalam mendorong pengembangan jangka panjang.

Untuk memastikan keberlanjutan program pengabdian masyarakat ini, beberapa rekomendasi diajukan. Disarankan untuk mengadakan sesi pelatihan atau

lokakarya lanjutan untuk lebih meningkatkan keterampilan dan pengetahuan peserta, khususnya di bidang pemasaran digital lanjutan dan manajemen keuangan. Pemerintah daerah dan lembaga terkait perlu mempertimbangkan untuk merumuskan kebijakan yang mendorong integrasi teknologi digital dalam usaha mikro, kecil, dan menengah (UMKM). Pemberian insentif atau subsidi untuk adopsi teknologi dapat membantu mempercepat transformasi ini. Membentuk program pendampingan yang terencana dan terstruktur, di mana pemilik bisnis yang berpengalaman atau lebih ahli dapat membimbing peserta dalam mengimplementasikan teknologi baru. Hal ini akan mendorong dan memastikan kesuksesan jangka panjang pemilik UMKM.

UCAPAN TERIMA KASIH

Penulis mengucapkan terima kasih kepada Kementerian Komunikasi dan Informatika dan Komisi 1 DPR RI yang berkenan mengundang penulis sebagai narasumber.

DAFTAR PUSTAKA

- Farhan, A., & Shifa, A. W. (2023). Penggunaan metode pembayaran QRIS pada setiap UMKM di era digital. *Jurnal Pengabdian Kepada Masyarakat Nusantara*, 4(2), 1198-1206.
- Prasetya, W., & Surbakti, F. P. (2023). Pelaksanaan Kegiatan Pengabdian Masyarakat Webinar Nasional Building Bright Future for Generation Z bagi Siswa-Siswi SMA Jabodetabek. *Jurnal Pengabdian Masyarakat Charitas*, 3(02), 45-52.

- Restianty, A. (2018). Literasi Digital, Sebuah Tantangan Baru Dalam Literasi Media. *Gunahumas*, 1(1), 72-87.
- Rofii, A., Budiman, I. A., Sudirno, D., & Nahdi, D. S. (2023). Inovasi Produk Olahan Lele (OLELE) Untuk Meningkatkan Pemberdayaan Umkm Melalui Konten Digital di Desa Dukuh Tengah Kabupaten Tegal. *BERNAS: Jurnal Pengabdian Kepada Masyarakat*, 4(4), 3185-3192.
- Safina, L. A., Salsabila, H. A., Ammarullah, N., Marpaung, S. A., Nugroho, R. H., & Ikaningtyas, M. (2024). Implementasi Strategi E-Commerce dalam Perencanaan Bisnis Digital. *MERDEKA: Jurnal Ilmiah Multidisiplin*, 1(4), 60-68.
- Schmitt, M. (2023). Automated machine learning: AI-driven decision making in business analytics. *Intelligent Systems with Applications*, 18, 1-7.
- Septiawan, F. E., & Ramdani, D. (2023). Analisis Faktor Pendorong Pertumbuhan Bisnis Dalam Upaya Menciptakan Strategi Bersaing UMKM: Studi Kasus UMKM yang Dikelola Mahasiswa Universitas Langlangbuana. *Journal of Scientech Research and Development*, 5(2), 1016-1022.
- Tambunan, T. T. (2021). *UMKM di Indonesia: perkembangan, kendala, dan tantangan*. Prenada Media.
- Warner, K. S., & Wäger, M. (2019). Building dynamic capabilities for digital transformation: An ongoing process of strategic renewal. *Long range planning*, 52(3), 326-349.
- Wusqo, A. U., Fridayanti, B. E., & Aisyah, S. (2023). Pengembangan dan Pendampingan UMKM Dompot Kulit Melalui Digitalisasi Marketing Berbasis Marketplace Shopee Untuk Menunjang Pemasaran dan Peningkatan Penjualan. *JPPM (Jurnal Pengabdian Dan Pemberdayaan Masyarakat)*, 7(1), 43-49.