

DIGITILISASI UMKM DESA MELALUI E-CATALOG DI KANTOR BALAI DESA RANDUAGUNG GRESIK

Farhan Rizqullah Bagaskara¹, Mochammad Hanif Nur Irsyaad^{2*}, Ahmad Naufal Syabana³

^{1,2,3}Mahasiswa Teknik Informatika, Fakultas Teknik, Universitas Muhammadiyah Gresik

*Email : hanifirsyaad@gmail.com

ABSTRAK

Mahasiswa KKN Universitas Muhammadiyah Gresik (UMG) yang tergabung dalam Kelompok 9 menggelar berbagai macam program kerja di desa Randuagung, Kecamatan Kebomas. Salah satunya program kerja yang dilaksanakan di kantor desa Randuagung melaksanakan Sosialisasi Digitalisasi UMKM melalui E-Catalog. Program Kuliah Kerja Nyata (KKN) adalah bentuk pengabdian mahasiswa kepada masyarakat, yang memberikan kesempatan untuk menangani masalah sosial, termasuk menyebar luaskan UMKM. Penelitian ini bertujuan untuk meningkatkan kesadaran ataupun pemahaman kepada masyarakat sekitar mengenai produk-produk lokal yang berada disekitar dan pentingnya mengembangkan nilai-nilai dari produk lokal. Metode penelitian yang digunakan adalah sosialisasi interaktif. Subjek penelitian adalah kelompok mahasiswa KKN yang melaksanakan program sosialisasi. Hasil penelitian menunjukkan bahwa mahasiswa KKN memiliki peran yang sangat penting dalam merancang, melaksanakan, dan mengevaluasi program sosialisasi. Selain itu, mahasiswa KKN juga berperan sebagai fasilitator, motivator, dan role model bagi masyarakat dan perangkat desa dalam upaya meningkatkan UMKM desa.

Kata Kunci : Sosialisasi, UMKM, Kuliah Kerja Nyata

ABSTRACT

Muhammadiyah University of Gresik (UMG) KKN students who are members of Group 9 are holding various work programs in Randuagung village, Kebomas District. One of the work programs carried out at the Randuagung village office is implementing the Socialization of Digitalization of MSMEs through E-Catalog. The Real Work Lecture Program (KKN) is a form of student service to the community, which provides the opportunity to address social problems, including expanding MSMEs. This research aims to increase awareness or understanding of local communities regarding local products around them and the importance of developing the values of local products. The research method used is interactive socialization. The research subjects were a group of KKN students who carried out an outreach program. The research results show that KKN students have a very important role in designing, implementing and evaluating socialization programs. Apart from that, KKN students also act as facilitators, motivators and role models for

the community and village officials in efforts to increase village MSMEs.

Keywords : Socialization, MSMEs, Real Work Lectures

PENDAHULUAN

Dalam beberapa tahun terakhir, digitalisasi telah menjadi salah satu faktor utama yang mendorong transformasi bisnis di seluruh dunia, tidak terkecuali untuk sektor Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah (UMKM). UMKM memiliki peranan yang sangat penting dalam perekonomian Indonesia, berkontribusi lebih dari 60% terhadap Produk Domestik Bruto (PDB) dan menyerap lebih dari 90% tenaga kerja. Namun, meskipun kontribusinya besar, banyak UMKM di Indonesia yang masih menghadapi berbagai tantangan, terutama dalam hal akses ke teknologi dan pasar global.

Digitalisasi membuka peluang bagi UMKM untuk memperluas jangkauan pasar, meningkatkan efisiensi operasional, serta meningkatkan kualitas produk dan layanan mereka. Dengan mengadopsi teknologi informasi dan komunikasi (TIK), UMKM dapat mengakses berbagai platform e-commerce, sistem pembayaran digital, pemasaran daring, hingga layanan logistik yang lebih efisien. Namun, penerapan digitalisasi di UMKM tidak tanpa tantangan. Beberapa kendala yang sering dihadapi antara lain kurangnya pemahaman dan keterampilan digital, keterbatasan infrastruktur teknologi, serta hambatan dalam mengakses pembiayaan yang mendukung transformasi digital.

Melihat pentingnya digitalisasi untuk kemajuan UMKM, pemerintah Indonesia telah menginisiasi berbagai program untuk mendorong digitalisasi UMKM, salah satunya adalah melalui program "100 Smart City" dan "Gerakan Nasional 100 UMKM Go Digital". Program-program ini bertujuan untuk meningkatkan kapasitas UMKM dalam memanfaatkan teknologi digital, sehingga mereka dapat bersaing di pasar yang semakin terhubung secara global.

Melalui program Kuliah Kerja Nyata (KKN), mahasiswa berperan sebagai fasilitator dalam mengedukasi pelaku UMKM mengenai manfaat e-catalog dan memberikan pelatihan penggunaannya. Sosialisasi ini bertujuan untuk meningkatkan keterampilan digital pelaku UMKM serta membantu mereka memanfaatkan teknologi dalam memperluas pemasaran. Program ini tidak hanya memberikan pengalaman praktis bagi mahasiswa, tetapi juga membuka peluang bagi UMKM dalam menjangkau pasar yang lebih luas.

Melalui pendahuluan ini, diharapkan dapat dipahami bahwa digitalisasi UMKM tidak hanya sekedar adopsi teknologi, tetapi juga merupakan langkah strategis untuk meningkatkan daya saing dan keberlanjutan usaha UMKM di era Revolusi Industri 4.0.

METODE PELAKSANAAN

Metode yang akan digunakan oleh mahasiswa Kuliah Kerja Nyata (KKN) pada kegiatan sosialisasi digitalisasi ini adalah metode sosialisasi interaktif. Metode sosialisasi interaktif adalah suatu pendekatan dalam menyampaikan informasi atau pesan melalui lisan, namun dengan melibatkan partisipasi aktif dari audiens. Berbeda dengan sosialisasi tradisional yang bersifat satu

arah, interaktif menciptakan dialog dua arah antara pembicara dan peserta. Metode sosialisasi interaktif dikatakan efektif karena membangun relasi di kedua belah pihak, terdapat sesi tanya jawab dan diskusi menciptakan suasana yang lebih hangat dan memungkinkan peserta untuk saling kenal satu sama lain. Selain itu meningkatkan pemahaman masyarakat dan perangkat desa dengan cara ini kita mengajak untuk berpikir kritis, mengajukan pertanyaan, dan berdiskusi. Hal ini membantu mereka memahami materi dengan lebih baik dan mendalam. Interaksi langsung antara pembicara dan peserta didik membuat informasi lebih mudah diingat dan diingat lebih lama. Kegiatan Sosialisasi ini membutuhkan beberapa tahapan. Adapun tahapan yang dilaksanakan, yaitu :

a. Riset Pasar

Melakukan survei lapangan di UMKM desa Randuagung yang menjadi sasaran kegiatan sosialisasi E-Catalog untuk mengetahui permasalahan lokal. Kegiatan ini juga dilakukan untuk menentukan jadwal kegiatan selanjutnya. Dengan dilakukannya survei lokasi akan mempermudah penulis untuk memahami kebutuhan dan preferensi pengguna.

b. Pengembangan Konten

Membuat deskripsi produk yang jelas, informatif, dan menarik. Deskripsi yang baik harus mencakup manfaat produk dan alasan mengapa produk tersebut diperlukan oleh konsumen, dan membuat foto ataupun video untuk memperjelas produk yang akan ditawarkan.

c. Desain Website

Rancang tampilan katalog secara visual agar mudah dinavigasi dan menarik bagi pengunjung. Beberapa hal yang perlu diperhatikan:

- Gunakan gambar produk berkualitas tinggi.
- Sesuaikan desain katalog dengan merek UMKM (brand identity).
- Pastikan desain katalog ramah pengguna (user-friendly) dan mudah diakses di perangkat mobile.

d. Integrasi Sistem

Menggabungkan berbagai komponen agar dapat bekerja bersama secara efektif. Bagi UMKM, integrasi ini bisa menghubungkan data, aplikasi, dan proses, seperti sistem pembayaran, inventaris, dan penjualan, sehingga meningkatkan efisiensi dan otomatisasi. Integrasi ini juga memungkinkan data UMKM tersusun rapi, mudah diakses, dan bisa terhubung dengan platform eksternal seperti e-commerce.

e. Pelatihan Pengguna

Proses mengajarkan cara menggunakan sistem baru secara efektif. Bagi UMKM, pelatihan ini membantu pemilik dan staf mengoperasikan aplikasi, memanfaatkan fitur, dan mengatasi kendala teknis, sehingga meningkatkan efisiensi kerja.

f. Uji Coba

Tahap pengujian awal untuk memastikan sistem atau aplikasi berfungsi sesuai rencana. Dalam konteks UMKM, uji coba dilakukan untuk mengidentifikasi dan memperbaiki masalah sebelum sistem sepenuhnya digunakan. Tujuannya adalah memastikan sistem berjalan lancar

dan memenuhi kebutuhan bisnis.

g. Peluncuran

Tahap resmi memperkenalkan dan mulai menggunakan sistem atau aplikasi yang sudah dikembangkan. Dalam konteks UMKM, peluncuran dilakukan setelah uji coba selesai dan semua masalah utama telah diperbaiki, memastikan sistem siap digunakan secara penuh oleh pengguna untuk mendukung operasional bisnis.

h. Evaluasi Kegiatan

Proses mengawasi kinerja dan menilai efektivitas suatu sistem atau program setelah peluncuran. Dalam UMKM, monitoring dilakukan untuk memantau penggunaan sistem dan mendeteksi masalah, sementara evaluasi menilai apakah sistem tersebut memenuhi tujuan bisnis. Tujuannya adalah memastikan sistem terus berjalan optimal dan, jika perlu, melakukan perbaikan atau penyesuaian agar hasilnya sesuai dengan harapan bisnis.

HASIL DAN PEMBAHASAN

Berdasarkan hasil kegiatan sosialisasi di desa randuagung diketahui bahwa umkm disana belum banyak berkembang. Berdasarkan observasi sebelum sosialisasi diadakan, menunjukkan bahwa masih banyak umkm belum memiliki merk dagang yang dapat dijadikan sebagai strategi pemasaran dan beberapa belum dapat menerapkan strategi pemasaran dengan menggunakan media elektronik. Purwana et al. (2017) menjelaskan bahwa digital marketing merupakan usaha untuk memperkelakan sebuah merek dengan menggunakan media digital yang tepat dapat menjangkau konsumen. Kegiatan sosialisasi ini bertujuan untuk memberikan pengetahuan mengenai pemasaran produk untuk penjualan online yang dilaksanakan tanggal 30 Oktober 2024. Sosialisasi yang dijelaskan oleh pihak KKN yang membuat sistem digitalisasi UMKM berbasis E-Catalog. Pembahasan dimulai dengan latar belakang digitalisasi UMKM dikarenakan kurangnya pemahaman tentang pendigitalisasi suatu produk di Randuagung. Sehingga diberikan pula pengarahan tentang tips dalam menjalankan usaha serta pentingnya branding produk.

Pemaparan materi dilanjutkan tentang tujuan implementasi E-Catalog yakni untuk mempermudah akses informasi yang diberikan oleh penjual agar konsumen lebih mudah menemukan dan mengakses produk yang diinginkan, meningkatkan keterampilan digital untuk meningkatkan penggunaan teknologi yang semakin canggih, dan meningkatkan penjualan UMKM melalui platform digital yang bisa memperluas jangkauan pasar UMKM.

Kegiatan sosialisasi ini telah mampu memberikan hasil yaitu dengan meningkatkan pengetahuan perangkat desa tentang bagaimana pemasaran dapat dilaksanakan lebih maksimal melalui pemasaran online atau digital marketing. Selain itu setiap perangkat desa yang mengikuti sosialisasi juga dapat membuat dan membantu para warganya yang berjualan UMKM untuk membuat produknya di jual di platform tersebut.



Gambar 1. Sosialisasi Digitalisasi UMKM dengan Menggunakan E-Catalog

Hasil ini juga didukung oleh penelitian serupa yang pernah dilakukan oleh Heru Irianto et al. (2002) yang menjelaskan dilaporannya menyatakan bahwa kegiatan yang dilaksanakannya berjalan lancar. Para hadirin yang mengikuti kegiatan sangat antusias dan merasa sangat terbantu atas kegiatan yang dilakukan. Digitalisasi ini sangat bermanfaat bagi warga yang mempunyai pendapatan di UMKM terutama pada bagian pemasaran dan penjualan secara online. Hal ini menjadi salah satu alternatif solusi untuk mengembangkan UMKM sekitar dimasa yang akan datang.

Berdasarkan pembahasan sebelumnya, kegiatan ini memberikan hasil yaitu perangkat desa terlihat antusias terhadap digitalisasi produk UMKM di desa Randuagung. Kemudian pemahaman mereka mengenai platform digital yang bisa mengubah UMKM yang sederhana menjadi lebih luas jangkauannya, lebih mudah untuk dipasarkan oleh semua UMKM yang berada di desa Randuagung, dan mendapatkan untung yang lumayan banyak. Berdasarkan hal tersebut perangkat desa mulai sadar betapa besarnya potensi digitalisasi untuk masyarakat yang berpenghasilan dari UMKM agar bisa memajukan kesejahteraan masyarakat mereka. Setelah kegiatan sosialisasi, diharapkan banyak masyarakat Desa Randuagung Kecamatan Gresik yang termotivasi untuk membuka dan mengembangkan UMKM lebih baik lagi di masa yang akan datang.

KESIMPULAN

Sosialisasi Digitalisasi UMKM yang dilaksanakan di kantor Desa Randuagung merupakan suatu langkah awal yang bagus untuk berupaya mengembakan UMKM yang berada di masyarakat. Sosialisasi Digitalisasi UMKM yang dilakukan oleh mahasiswa KKN di kantor Desa Randuagung, Kecamatan Kebomas, Kabupaten Gresik telah berhasil meningkatkan pemahaman dan kesadaran para perangkat desa mengenai pentingnya digitalisasi UMKM. Melalui Sosialisasi Digitalisasi UMKM di kantor Desa Randuagung dengan metode sosialisasi interaktif, diharapkan perangkat desa dapat membantu masyarakat sekitar mengenal lebih dalam mengenai penjualan secara online atau bisa disebut Digitalisasi. Hasil dari kegiatan ini menunjukkan bahwa perangkat desa menjadi lebih paham dengan tentang digital dan siap untuk menghadapi kemajuan teknologi dan lebih termotivasi untuk menciptakan kesejahteraan UMKM di desa mereka. Program ini menunjukkan efektivitasnya dalam mengembangkan pertumbuhan ekonomi dan diharapkan dapat dijadikan langkah yang baik untuk diterapkan di lingkungan Desa Randuagung.

SARAN

Program Sosialisasi Digitalisasi UMKM telah memberikan dampak positif yang signifikan terhadap perangkat desa Randuagung. Keberhasilan ini memberi peluang untuk memperluas program serupa ke desa lain dan berkontribusi pada pembentukan lingkungan desa yang lebih berkembang. Berdasarkan kegiatan sosialisasi Digitalisasi UMKM yang telah dilaksanakan, menunjukkan bahwa kegiatan tersebut memberikan dampak positif dan meningkatkan pemahaman, serta kesadaran dari perangkat desa Randuagung. Keberhasilan program ini membuka potensi untuk replikasi di desa-desa lain dengan pelaksanaan serupa yang lebih baik lagi. Namun, untuk mencapai keberlanjutan jangka panjang, membutuhkan dukungan berkelanjutan juga dari berbagai pihak, termasuk pemerintah dan lembaga swadaya masyarakat. Dengan demikian inisiatif seperti ini dapat terus berkembang dan memberikan manfaat yang lebih luas bagi Masyarakat dan lingkungan.

DAFTAR PUSTAKA

- Dwiastuti, P. (2021). Strategi Digitalisasi UMKM di Era Revolusi Industri 4.0. Jakarta: Penerbit Akademika.
- Indrawati, R. (2020). Pengaruh Digitalisasi terhadap Kinerja UMKM di Indonesia. *Jurnal Ekonomi & Bisnis*, 25(2), 101-115.
- Kementerian Koperasi dan UKM Republik Indonesia. (2022). Laporan Tahunan Digitalisasi UMKM 2022. Jakarta: Kemenkop UKM RI.
- Sudirman, H., & Yuliana, S. (2020). Pemanfaatan Teknologi Informasi dalam Peningkatan Kompetensi UMKM di Indonesia. *Jurnal Teknologi dan Manajemen*, 8(1), 45-60.
- Suryadi, M., & Kurniawan, A. (2021). Transformasi Digital dan Tantangan UMKM di Indonesia. *Jurnal Manajemen & Bisnis*, 10(3), 220-230.
- Hidayati, R. (2023). Peran KKN dalam Peningkatan Literasi Digital UMKM di Pedesaan. *Jurnal Pengabdian Masyarakat*, 4(2), 45-54.
- Kementerian Koperasi dan UKM. (2022). Laporan Perkembangan UMKM di Indonesia. Jakarta: Kementerian Koperasi dan UKM.
- Santoso, B., & Putri, A. (2021). Digitalisasi UMKM dan Pemasaran Online Melalui E-Catalog di Indonesia. *Jurnal Ekonomi Digital*, 7(1), 65-72.
- Wahyuni, S. (2022). Penggunaan E-Catalog Sebagai Media Pemasaran untuk UMKM. *Prosiding Seminar Nasional Teknologi Digital*, 3(1), 33-39.
- Wijaya, T., & Darmawan, F. (2021). Strategi Digitalisasi UMKM: Tantangan dan Peluang di Era 4.0. Surabaya: Universitas Airlangga Press.
- Hidayati, R. (2023). Peran KKN dalam Peningkatan Literasi Digital UMKM di Pedesaan. *Jurnal Pengabdian Masyarakat*, 4(2), 45-54.
- Kementerian Koperasi dan UKM. (2022). Laporan Perkembangan UMKM di Indonesia. Jakarta: Kementerian Koperasi dan UKM.
- Santoso, B., & Putri, A. (2021). Digitalisasi UMKM dan Pemasaran Online Melalui E-Catalog di Indonesia. *Jurnal Ekonomi Digital*, 7(1), 65-72.

- Wahyuni, S. (2022). Penggunaan E-Catalog Sebagai Media Pemasaran untuk UMKM. Prosiding Seminar Nasional Teknologi Digital, 3(1), 33-39.
- Wijaya, T., & Darmawan, F. (2021). Strategi Digitalisasi UMKM: Tantangan dan Peluang di Era 4.0. Surabaya: Universitas Airlangga Press.