

TRANSFORMASI UMKM KOTA BENGKULU: MEMBANGUN DAYA SAING MELALUI KEWIRAUSAHAAN DIGITAL

Aryan Danil Mirza. BR

Jurusan Akuntansi, Universitas Lampung

aryan.danil@feb.unila.ac.id

Abstrak

Perkembangan teknologi digital telah mengubah lanskap bisnis, termasuk bagi pelaku Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah (UMKM). Digitalisasi menjadi kebutuhan mendesak agar UMKM dapat bertahan dan meningkatkan daya saing di era ekonomi digital. Program pengabdian kepada masyarakat ini bertujuan untuk membekali para pelaku UMKM dengan keterampilan kewirausahaan digital dasar, sehingga mereka mampu memanfaatkan teknologi untuk mengembangkan usaha. Kegiatan ini melibatkan 25 peserta dan dilaksanakan selama dua hari dengan metode pelatihan, diskusi interaktif, serta pendampingan pasca pelatihan. Materi yang diberikan mencakup pemahaman tentang kewirausahaan digital, strategi pemasaran online, pemanfaatan media sosial, serta legalitas usaha melalui Online Single Submission (OSS). Hasil dari kegiatan ini menunjukkan peningkatan pemahaman peserta mengenai digitalisasi usaha, penggunaan platform digital, serta kemampuan dalam mendaftarkan legalitas usahanya. Dengan adanya pelatihan dan pendampingan ini, diharapkan UMKM mampu beradaptasi dengan perubahan teknologi dan memperluas peluang bisnisnya di pasar digital.

Kata kunci: *UMKM, Kewirausahaan Digital, Daya Saing, Digitalisasi, Pelatihan.*

1. PENDAHULUAN

Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah (UMKM) memiliki peran strategis dalam perekonomian Indonesia. UMKM berkontribusi besar terhadap Produk Domestik Bruto (PDB) nasional serta menyerap tenaga kerja dalam jumlah signifikan (Janah & Tampubolon, 2024). Data Kementerian Koperasi dan UKM (2021) menyebutkan bahwa lebih dari 60% PDB Indonesia berasal dari sektor UMKM, dengan serapan tenaga kerja yang mencapai lebih dari 97% dari total tenaga kerja di Indonesia. Hal ini menunjukkan bahwa sektor UMKM adalah tulang punggung perekonomian nasional. Namun, meskipun memiliki peran yang sangat penting, UMKM masih menghadapi berbagai tantangan, terutama dalam hal adopsi teknologi digital yang semakin berkembang pesat seiring dengan transformasi digital global (Octiva, dkk., 2024).

Di era revolusi industri 4.0, digitalisasi telah menjadi faktor utama yang menentukan daya saing usaha. Perubahan perilaku konsumen yang semakin mengandalkan teknologi digital dalam kehidupan sehari-hari menuntut para pelaku usaha, termasuk UMKM, untuk ikut serta dalam transformasi digital agar tetap relevan di pasar (UGM, 2019). Sayangnya, banyak pelaku UMKM masih mengalami kendala dalam mengadopsi teknologi digital akibat keterbatasan pengetahuan, kurangnya akses terhadap teknologi, serta rendahnya pemahaman terkait strategi pemasaran berbasis digital (Salam, 2024). Tanpa adanya inovasi dalam strategi bisnis, UMKM berisiko mengalami stagnasi atau bahkan mengalami penurunan daya saing dalam ekosistem bisnis yang semakin kompetitif.

Kewirausahaan digital hadir sebagai solusi inovatif bagi UMKM untuk dapat bertahan dan berkembang dalam ekosistem bisnis yang semakin terdigitalisasi. Kewirausahaan digital tidak hanya mencakup pemanfaatan media sosial dan marketplace sebagai sarana promosi, tetapi juga mencakup aspek yang lebih luas, seperti sistem pembayaran digital, manajemen bisnis berbasis teknologi, analisis pasar menggunakan data digital, serta optimalisasi operasional usaha dengan memanfaatkan teknologi terkini (Hartatik dkk., 2023; Farhan & Roroa, 2024). Dengan memanfaatkan teknologi digital secara optimal, pelaku UMKM dapat memperluas pasar, meningkatkan efisiensi operasional, serta membangun keunggulan kompetitif yang berkelanjutan (Pratama, dkk., 2024).

Selain itu, transformasi digital juga memberikan peluang bagi UMKM untuk mengakses pasar global. Dengan adanya e-commerce dan platform digital lainnya, UMKM tidak lagi terbatas pada pasar lokal atau regional, tetapi dapat menjangkau pelanggan di berbagai negara (Lestari, dkk., 2024). Digitalisasi juga membuka kesempatan bagi UMKM untuk meningkatkan kapasitas produksi dengan sistem manajemen yang lebih efisien, seperti penggunaan aplikasi berbasis cloud untuk mengelola inventaris, pencatatan keuangan, dan hubungan pelanggan (Agusman, dkk., 2025).

Namun, adopsi teknologi digital dalam UMKM tidak selalu berjalan lancar. Berdasarkan berbagai penelitian, hambatan utama yang dihadapi UMKM dalam melakukan transformasi digital mencakup keterbatasan literasi digital, kurangnya pemahaman terkait infrastruktur teknologi yang dibutuhkan, serta keterbatasan modal untuk mengimplementasikan sistem digital dalam operasional bisnis mereka (Maimuna, dkk., 2024; Anam, & Yosepha, 2024). Oleh karena itu, diperlukan intervensi dalam bentuk edukasi dan pendampingan yang berkelanjutan agar UMKM dapat mengadopsi teknologi digital dengan lebih optimal.

Melihat urgensi kebutuhan tersebut, program pengabdian kepada masyarakat ini bertujuan untuk memberikan pelatihan dasar kewirausahaan digital kepada pelaku UMKM. Kegiatan ini dirancang untuk membekali peserta dengan pengetahuan dan keterampilan dalam memanfaatkan teknologi digital untuk pengembangan bisnis mereka. Program ini mencakup berbagai aspek, seperti pemahaman dasar kewirausahaan digital, strategi pemasaran online, penggunaan media sosial untuk promosi, serta aspek legalitas usaha melalui platform Online Single Submission (OSS). Selain itu, pelatihan ini juga menekankan pentingnya literasi digital dan keamanan siber dalam bisnis digital, mengingat banyaknya ancaman yang dapat merugikan pelaku UMKM dalam dunia digital, seperti penipuan online, peretasan data, dan penyalahgunaan informasi bisnis.

Dalam program ini, pelatihan diberikan melalui pendekatan yang komprehensif, mulai dari sesi teori, praktik, hingga diskusi dan simulasi bisnis berbasis digital. Peserta dilatih untuk memahami konsep digital entrepreneurship, cara membangun brand digital, serta strategi pemasaran online yang efektif. Salah satu fokus utama dari pelatihan ini adalah pemanfaatan media sosial seperti Instagram, Facebook, dan TikTok sebagai sarana pemasaran, mengingat platform-platform tersebut memiliki jumlah pengguna yang sangat besar dan dapat menjadi alat promosi yang efektif jika dimanfaatkan dengan benar.

Selain media sosial, peserta juga diperkenalkan dengan platform marketplace seperti Shopee, Tokopedia, dan Bukalapak, yang dapat digunakan untuk memperluas jangkauan pasar mereka. Dengan pemahaman yang lebih baik mengenai strategi pemasaran digital dan platform e-commerce, diharapkan peserta dapat mengoptimalkan bisnis mereka dan meningkatkan pendapatan melalui transaksi online yang lebih luas.

Kegiatan ini dilaksanakan dalam bentuk pelatihan yang menggabungkan teori dan praktik, sehingga peserta dapat langsung mengaplikasikan materi yang diberikan dalam bisnis mereka. Materi pelatihan mencakup pemanfaatan media sosial sebagai sarana pemasaran,

optimalisasi marketplace untuk meningkatkan penjualan, strategi branding digital, hingga penggunaan perangkat lunak manajemen usaha berbasis digital. Dengan metode pembelajaran yang interaktif, termasuk diskusi kelompok, simulasi bisnis, serta studi kasus dari UMKM yang telah berhasil melakukan digitalisasi, diharapkan peserta dapat memahami dan mengimplementasikan konsep-konsep kewirausahaan digital dalam bisnis mereka.

Tidak hanya berhenti pada pelatihan, program ini juga memberikan pendampingan pasca pelatihan untuk memastikan implementasi yang berkelanjutan. Pendampingan dilakukan melalui grup diskusi daring dan sesi konsultasi individu, di mana peserta dapat berkonsultasi dengan mentor terkait kendala yang mereka hadapi dalam mengadopsi teknologi digital dalam bisnis mereka. Dengan pendekatan ini, diharapkan peserta tidak hanya memperoleh pengetahuan, tetapi juga mampu mengaplikasikan dan mengembangkan keterampilan digital mereka secara nyata.

Keberhasilan dari program ini diukur melalui berbagai indikator, termasuk peningkatan pemahaman peserta mengenai digitalisasi usaha, keterampilan dalam menggunakan platform digital, serta keberhasilan peserta dalam melakukan registrasi legalitas usaha mereka melalui OSS. Selain itu, program ini juga diharapkan dapat meningkatkan keterampilan peserta dalam memanfaatkan berbagai alat digital yang dapat membantu meningkatkan produktivitas dan efisiensi bisnis mereka, seperti penggunaan aplikasi akuntansi digital, manajemen inventaris berbasis cloud, serta alat analitik pasar digital.

Lebih jauh lagi, transformasi digital yang sukses di sektor UMKM dapat berkontribusi pada pertumbuhan ekonomi yang lebih luas. Dengan semakin banyaknya UMKM yang mengadopsi teknologi digital, akan tercipta lapangan kerja baru serta peluang usaha yang lebih luas (Sifwah, dkk., 2024). Selain itu, UMKM yang lebih kompetitif secara digital juga berpotensi untuk menarik investasi dan berpartisipasi dalam ekosistem bisnis global (Nursasi, dkk., 2024). Oleh karena itu, penting bagi berbagai pihak, termasuk pemerintah, akademisi, dan organisasi sosial, untuk terus mendukung inisiatif-inisiatif yang bertujuan meningkatkan literasi digital bagi UMKM.

Dengan demikian, program ini diharapkan dapat menjadi salah satu langkah nyata dalam mendorong transformasi UMKM menuju kewirausahaan digital yang lebih adaptif dan berdaya saing tinggi. Implementasi digitalisasi yang efektif dalam UMKM tidak hanya akan memberikan manfaat bagi pelaku usaha secara individu, tetapi juga berkontribusi terhadap pertumbuhan ekonomi nasional yang lebih inklusif dan berkelanjutan. Ke depan, diharapkan semakin banyak UMKM yang mampu beradaptasi dengan perubahan teknologi dan meraih kesuksesan dalam era digital.

2. METODE

Kegiatan pengabdian masyarakat ini berlangsung pada 12-13 Juni 2024 di Kota Bengkulu. Kegiatan ini bertujuan untuk memberikan edukasi dan pendampingan kepada masyarakat mengenai wirausaha, baik dalam bentuk digital maupun tradisional. Peserta dalam kegiatan berjumlah 25 peserta yang berasal dari berbagai latar belakang, termasuk pelaku wirausaha digital dan tradisional, calon pelaku wirausaha, ibu rumah tangga, serta masyarakat umum yang tertarik untuk belajar tentang dunia usaha. Keberagaman latar belakang peserta ini memberikan dinamika yang menarik dalam pelatihan, karena setiap individu memiliki pengalaman dan tantangan yang berbeda dalam berwirausaha. Dengan adanya program ini, diharapkan peserta dapat meningkatkan keterampilan dan pengetahuan mereka dalam menjalankan usaha, serta mampu beradaptasi dengan perkembangan teknologi yang semakin pesat.

Kegiatan pengabdian kepada masyarakat ini dilakukan melalui serangkaian tahapan yang mencakup perencanaan, pelaksanaan, dan evaluasi. Program ini bertujuan untuk meningkatkan literasi digital para pelaku UMKM agar dapat lebih kompetitif di era digital. Metode yang digunakan dalam program ini terdiri dari pelatihan, diskusi, simulasi praktik, serta pendampingan pasca pelatihan.

Pada tahap perencanaan, dilakukan analisis kebutuhan terhadap UMKM sasaran yang akan menjadi peserta dalam program ini. Survei awal dilakukan untuk memahami sejauh mana tingkat literasi digital para pelaku UMKM serta tantangan yang mereka hadapi dalam mengadopsi teknologi digital dalam bisnis mereka. Hasil dari survei ini digunakan sebagai dasar dalam menyusun kurikulum pelatihan yang sesuai dengan kebutuhan peserta. Materi pelatihan mencakup berbagai aspek penting seperti kewirausahaan digital, strategi pemasaran online, dan legalitas usaha digital. Dengan perencanaan yang matang, diharapkan program ini dapat berjalan dengan efektif dan memberikan manfaat yang maksimal bagi peserta.



Gambar 1. Upacara Pembukaan Pelatihan di Aula Universitas Dehasen Bengkulu

Tahap pelaksanaan merupakan inti dari program pengabdian kepada masyarakat ini. Kegiatan pelatihan dilakukan secara tatap muka, di mana peserta diberikan materi secara langsung oleh narasumber yang berpengalaman dalam bidang kewirausahaan digital. Pelatihan ini tidak hanya berisi teori, tetapi juga praktik yang mencakup strategi pemasaran digital, penggunaan media sosial sebagai alat promosi, serta cara mengelola usaha berbasis digital. Dengan pendekatan ini, peserta dapat langsung menerapkan ilmu yang mereka peroleh dalam bisnis mereka.

Selain pelatihan tatap muka, program ini juga mencakup simulasi dan studi kasus. Simulasi pemasaran digital dilakukan menggunakan berbagai platform online, sehingga peserta dapat memahami bagaimana cara mengoptimalkan strategi pemasaran mereka secara digital. Selain itu, peserta diberikan studi kasus dari UMKM yang telah sukses dalam mengadopsi digitalisasi sebagai bahan pembelajaran. Dengan memahami studi kasus nyata, peserta dapat memperoleh wawasan yang lebih luas mengenai strategi yang berhasil diterapkan oleh pelaku usaha lainnya.

Untuk memperdalam pemahaman peserta, diadakan diskusi kelompok. Dalam sesi ini, peserta dibagi menjadi beberapa kelompok untuk mendiskusikan strategi yang dapat diterapkan dalam bisnis mereka masing-masing. Diskusi ini bertujuan untuk memberikan perspektif yang lebih luas dan mendorong kolaborasi antar peserta. Dengan adanya interaksi langsung, peserta dapat bertukar pengalaman dan saling memberikan masukan mengenai strategi yang paling efektif untuk diterapkan dalam bisnis digital mereka.

Setelah sesi pelatihan selesai, peserta mendapatkan pendampingan selama dua minggu melalui platform daring. Pendampingan ini bertujuan untuk membantu peserta mengatasi hambatan yang mereka hadapi dalam mengaplikasikan ilmu yang telah mereka peroleh selama pelatihan. Dalam pendampingan ini, peserta dapat berkonsultasi dengan mentor yang siap memberikan arahan serta solusi atas permasalahan yang mereka hadapi. Dengan adanya pendampingan ini, diharapkan peserta dapat lebih percaya diri dalam menerapkan strategi digital dalam bisnis mereka.

Tahap evaluasi dilakukan untuk mengukur efektivitas program ini. Evaluasi dilakukan melalui pre-test dan post-test guna mengetahui peningkatan pemahaman peserta mengenai kewirausahaan digital. Selain itu, dilakukan survei kepuasan peserta untuk menilai manfaat yang diperoleh serta kendala yang masih dihadapi. Survei ini bertujuan untuk mengetahui sejauh mana program ini memberikan dampak bagi peserta dan bagaimana program ini dapat diperbaiki di masa mendatang. Evaluasi juga dilakukan melalui pemantauan terhadap implementasi digitalisasi oleh peserta dalam bisnis mereka. Dengan demikian, keberhasilan program ini tidak hanya diukur dari hasil tes, tetapi juga dari bagaimana peserta menerapkan ilmu yang telah mereka dapatkan dalam usaha mereka.

Dengan metode yang sistematis dan terstruktur ini, program pengabdian kepada masyarakat ini diharapkan dapat memberikan dampak nyata dalam meningkatkan daya saing UMKM melalui kewirausahaan digital. Dengan meningkatnya literasi digital para pelaku UMKM, mereka dapat lebih siap menghadapi tantangan di era digital serta mampu bersaing dengan pelaku usaha lainnya. Program ini juga diharapkan dapat menjadi model bagi inisiatif serupa di masa mendatang, sehingga semakin banyak UMKM yang dapat merasakan manfaat dari transformasi digital. Selain itu, program ini juga menunjukkan pentingnya kolaborasi antara akademisi, praktisi, dan pelaku UMKM dalam menciptakan ekosistem bisnis yang lebih kuat dan berkelanjutan.

3. HASIL DAN PEMBAHASAN

Kegiatan pengabdian masyarakat ini berlangsung pada 12-13 Juni 2024 di Kota Bengkulu. Pelatihan dilakukan secara intensif dengan menghadirkan para ahli di bidang kewirausahaan, pemasaran digital, dan manajemen usaha. Materi yang diberikan mencakup strategi memulai dan mengembangkan usaha, pemanfaatan media sosial untuk pemasaran, manajemen keuangan sederhana, serta teknik menghadapi tantangan dalam dunia bisnis.

Pengabdian Kepada Masyarakat ini merupakan bagian dari program Digital Entrepreneurship Academy (DEA) Kominfo dengan agenda Pelatihan Kewirausahaan Digital Dasar (Dasar 1) - Batch 2 Kota Bengkulu. Pelatihan ini diselenggarakan selama dua hari tatap muka dengan total 13 Jam Pelatihan (JP). Selain itu, program ini juga mencakup pendampingan pasca pelatihan selama minimal 7 hari melalui WhatsApp Group dan Learning Management System (LMS). Selama periode pendampingan ini, peserta diberikan kesempatan untuk melakukan klarifikasi, mengajukan pertanyaan, atau mendalami materi dengan pengajar guna memastikan pemahaman yang lebih baik dan dampak yang lebih besar bagi mereka. Semua materi dan tugas selama pelatihan dan pendampingan tersedia di LMS masing-masing peserta untuk diakses kapan saja.



Gambar 2. Pelatihan Hari Pertama

Bagi para pelaku wirausaha digital, pelatihan ini menjadi kesempatan untuk memperdalam pengetahuan tentang strategi pemasaran online, penggunaan platform e-commerce, serta cara mengoptimalkan media sosial sebagai alat promosi. Sementara itu, bagi pelaku wirausaha tradisional, mereka diberikan pemahaman tentang bagaimana mengadaptasi teknologi dalam bisnis mereka agar tetap kompetitif di era digital. Calon pelaku wirausaha yang belum memiliki bisnis mendapatkan wawasan tentang cara memulai usaha dari nol, termasuk menentukan ide bisnis, menyusun rencana usaha, serta mengelola modal dengan efektif. Sedangkan bagi ibu rumah tangga, pelatihan ini memberikan peluang untuk meningkatkan keterampilan mereka dalam berwirausaha dari rumah, sehingga dapat membantu meningkatkan perekonomian keluarga.

Di era digital yang terus berkembang, pelaku UMKM dituntut untuk dapat beradaptasi dengan perubahan teknologi agar tetap relevan dan kompetitif (Abdurrahman, dkk., 2024). Dengan adanya program ini, diharapkan UMKM tidak hanya memahami pentingnya digitalisasi, tetapi juga memiliki keterampilan yang cukup untuk mengimplementasikannya dalam bisnis mereka. Melalui pelatihan, simulasi, diskusi, dan pendampingan yang diberikan, para pelaku UMKM diharapkan dapat meningkatkan omzet serta memperluas jangkauan pasar mereka. Pada akhirnya, program pengabdian kepada masyarakat ini tidak hanya berdampak pada peserta, tetapi juga pada perekonomian secara keseluruhan, karena UMKM merupakan salah satu pilar utama dalam pertumbuhan ekonomi nasional (Hali & Utami, 2024).

Pelatihan yang diselenggarakan dalam rangka transformasi UMKM Kota Bengkulu menuju kewirausahaan digital telah memberikan dampak yang cukup signifikan bagi para peserta. Dari hasil pre-test dan post-test yang dilakukan, terdapat peningkatan skor rata-rata sebesar 40% dalam pemahaman tentang digitalisasi UMKM. Sebelumnya, banyak peserta yang masih belum familiar dengan konsep digital marketing, pemanfaatan media sosial, dan penggunaan platform e-commerce. Namun, setelah mendapatkan pelatihan intensif selama dua hari, mereka mulai memiliki dasar yang lebih kuat untuk mengaplikasikan teknologi digital dalam bisnis mereka. Pemahaman ini mencakup berbagai aspek, seperti cara membangun brand online, memahami algoritma media sosial, serta strategi pemasaran berbasis data yang lebih efektif. Selain itu, peserta juga mendapatkan wawasan mengenai pentingnya menjaga keamanan digital dalam bisnis mereka. Dengan meningkatnya transaksi online, ancaman terhadap keamanan data semakin tinggi. Oleh karena itu, materi tentang perlindungan data pribadi dan cara menghindari penipuan online juga diberikan selama pelatihan.

Salah satu aspek penting yang diajarkan dalam pelatihan adalah pemanfaatan media sosial sebagai sarana pemasaran. Sebanyak 85% peserta berhasil membuat akun bisnis di platform seperti Instagram dan Facebook, serta memahami cara mengoptimalkan

penggunaannya untuk menarik pelanggan. Selain itu, beberapa peserta mulai memanfaatkan marketplace seperti Shopee dan Tokopedia untuk memperluas jangkauan pasar mereka. Peserta juga diajarkan mengenai pentingnya copywriting yang efektif dalam pemasaran digital. Dengan membuat deskripsi produk yang menarik dan informatif, pelaku UMKM dapat meningkatkan peluang penjualan mereka. Beberapa peserta yang telah menerapkan strategi ini melaporkan adanya peningkatan interaksi pelanggan serta peningkatan jumlah transaksi online.

Kegiatan pelatihan ini juga menitikberatkan pada pentingnya legalitas usaha melalui Online Single Submission (OSS). Sebanyak 70% peserta berhasil melakukan pendaftaran Nomor Induk Berusaha (NIB) setelah mendapatkan pendampingan. Hal ini menunjukkan bahwa edukasi terkait aspek legalitas dalam kewirausahaan digital sangat dibutuhkan oleh pelaku UMKM agar bisnis mereka lebih terpercaya dan memiliki akses terhadap berbagai program pemerintah. Dengan memiliki legalitas usaha, UMKM dapat lebih mudah mendapatkan akses pendanaan dari perbankan atau lembaga keuangan lainnya. Selain itu, mereka juga dapat mengikuti program-program pengembangan bisnis yang diselenggarakan oleh pemerintah maupun sektor swasta.



Gambar 3. Pemberian Materi Hari Kedua

Meskipun hasil pelatihan cukup positif, terdapat beberapa tantangan yang masih dihadapi oleh peserta. Pertama, akses terhadap teknologi masih menjadi kendala bagi beberapa peserta. Tidak semua peserta memiliki perangkat teknologi seperti laptop atau koneksi internet yang stabil untuk mendukung operasional bisnis digital mereka. Untuk mengatasi masalah ini, di masa mendatang pelatihan dapat bekerja sama dengan penyedia layanan internet atau pemerintah daerah untuk menyediakan akses WiFi gratis bagi UMKM. Kedua, keterbatasan literasi digital masih menjadi tantangan utama. Meskipun telah mengalami peningkatan pemahaman, sebagian peserta masih membutuhkan bimbingan tambahan dalam mengoperasikan platform digital secara optimal. Oleh karena itu, diperlukan sesi pelatihan lanjutan yang lebih spesifik, seperti kursus manajemen toko online, pengelolaan konten digital, dan analisis data pelanggan. Ketiga, keterbatasan modal menjadi hambatan dalam melakukan investasi awal untuk pemasaran digital yang lebih luas. Untuk itu, diperlukan pendampingan terkait akses pendanaan, baik melalui pinjaman UMKM, hibah, maupun program crowdfunding.

Pelatihan ini telah memberikan dampak positif dalam meningkatkan daya saing UMKM di Kota Bengkulu. Dengan adanya pemahaman yang lebih baik mengenai kewirausahaan digital, peserta kini memiliki kemampuan untuk lebih adaptif dalam menghadapi perubahan teknologi dan persaingan pasar. Beberapa peserta telah melaporkan adanya peningkatan interaksi pelanggan melalui media sosial serta peningkatan jumlah transaksi online setelah menerapkan strategi yang diajarkan dalam pelatihan. Selain itu, beberapa peserta juga

berhasil mengembangkan jaringan bisnis mereka dengan berkolaborasi dengan pelaku usaha lainnya. Kolaborasi ini meliputi kerja sama dalam pemasaran produk, berbagi pengalaman dalam pengelolaan bisnis digital, serta eksplorasi peluang ekspor melalui e-commerce global. Pendampingan pasca pelatihan yang dilakukan juga berperan penting dalam membantu peserta mengatasi kendala yang mereka hadapi dalam implementasi digitalisasi usaha. Dengan adanya bimbingan lanjutan melalui grup diskusi daring dan sesi konsultasi, peserta merasa lebih percaya diri dalam menjalankan bisnis berbasis digital.

4. SIMPULAN

Berdasarkan evaluasi hasil pelatihan, terdapat beberapa rekomendasi yang dapat diterapkan untuk program pelatihan selanjutnya. Pertama, menyelenggarakan pelatihan lanjutan yang lebih mendalam terkait aspek teknis seperti analisis pasar digital, strategi iklan berbayar, dan pengelolaan finansial berbasis digital. Selain itu, pelatihan juga dapat mencakup pembuatan website bisnis dan penggunaan Google My Business untuk meningkatkan visibilitas usaha. Kedua, berkolaborasi dengan marketplace dan penyedia layanan digital untuk memberikan akses lebih luas kepada UMKM. Program ini dapat mencakup bimbingan dari platform seperti Shopee, Tokopedia, atau Bukalapak tentang cara meningkatkan penjualan dan mengelola toko online dengan lebih efektif. Ketiga, memfasilitasi peserta dengan perangkat teknologi yang memadai serta menyediakan akses internet gratis selama pelatihan. Selain itu, pemerintah atau pihak terkait dapat membantu dalam penyediaan bantuan perangkat lunak bisnis berbasis cloud untuk manajemen usaha yang lebih efisien. Keempat, memberikan insentif bagi peserta aktif dalam menerapkan strategi digital, seperti pendampingan eksklusif, modal usaha, atau kesempatan mengikuti program inkubasi bisnis digital. Kelima, menerapkan sistem monitoring yang lebih berkelanjutan agar dampak jangka panjang dari pelatihan dapat terukur. Dengan cara ini, efektivitas pelatihan dapat terus ditingkatkan berdasarkan kebutuhan peserta dan perubahan tren digital.

Dengan langkah-langkah tersebut, diharapkan UMKM di Kota Bengkulu dapat semakin berkembang dan mampu bersaing di era digital yang semakin dinamis. Keberhasilan transformasi digital UMKM tidak hanya berdampak pada peningkatan pendapatan individu, tetapi juga berkontribusi terhadap pertumbuhan ekonomi daerah secara keseluruhan. Oleh karena itu, kolaborasi antara akademisi, pemerintah, dan sektor swasta harus terus ditingkatkan untuk mendukung digitalisasi UMKM secara lebih luas dan berkelanjutan.

Secara keseluruhan, program pengabdian kepada masyarakat ini menjadi salah satu langkah konkret dalam mendukung transformasi digital UMKM. Dengan pendekatan yang komprehensif, mulai dari perencanaan, pelaksanaan, hingga evaluasi, program ini diharapkan dapat memberikan solusi yang efektif bagi tantangan yang dihadapi oleh UMKM dalam mengadopsi teknologi digital. Dengan meningkatnya daya saing UMKM, diharapkan sektor ini dapat terus berkembang dan berkontribusi lebih besar terhadap perekonomian nasional. Oleh karena itu, inisiatif seperti ini perlu terus didukung dan dikembangkan agar semakin banyak UMKM yang dapat merasakan manfaat dari digitalisasi dalam usaha mereka.



Gambar 4. Foto bersama Rektor & Pimpinan Universitas Dehasen, BPPTIK Kominfo dan Instruktur Pelatihan

5. UCAPAN TERIMA KASIH

Penulis mengucapkan terima kasih kepada BPPTIK Kominfo dan Universitas Dehasen Bengkulu yang turut membantu dan memfasilitasi terselenggaranya kegiatan pelatihan ini.

6. REFERENSI

- Abdurrahman, H., Fikri, A. N., Makharizki, F. Y., Sukmana, I. W., Insani, M. F., & Ameiliany, S. (2024). Digitalisasi Pemasaran dan Re-Branding Dalam Upaya Meningkatkan Minat Beli di Desa Sukamanah. *Toewijding: Jurnal Pengabdian Kepada Masyarakat*, 1(1), 23-28.
- Agusman, A., Surbakti, M. N., Tamba, I. F. U., Andriaskiton, M., Hidayat, F., Victor, V., ... & Mesakh, J. (2025). Pendekatan Terintegrasi dalam Administrasi Bisnis: Strategi dan Tantangan Digitalisasi UMKM Desa Buntu Bedimbar. *Journal Of Community Research & Engagement*, 1(2), 176-190.
- Anam, K., & Yosepha, S. Y. (2024). Analisis Pengembangan UMKM Dalam Implementasi E-Commerce Untuk Meningkatkan Daya Saing di Era Digital. *Jurnal Manajemen*, 11(1), 96-107.
- Farhan, A., & Roroa, N. A. F. (2024). Strategi Maksimalisasi Teknologi E-Commerce Dalam Meningkatkan Kinerja Bisnis di Era Digital. *Innovative: Journal Of Social Science Research*, 4(1), 10110-10119.
- Hali, A. A. G., & Utami, E. S. (2024). Meningkatkan Digital Marketing Serta Pendampingan Pembuatan Pembukuan Sederhana Bagi Pelaku Umkm Baru Di Wilayah Sleman Daerah Istimewa Yogyakarta (DIY). *Inovasi dan Kreativitas dalam Ekonomi*, 7(7).
- Hartatik, H., Rukmana, A. Y., Efitra, E., Mukhlis, I. R., Aksenta, A., Ratnaningrum, L. P. R. A., & Efdison, Z. (2023). *TREN TECHNOPRENEURSHIP: Strategi & Inovasi Pengembangan Bisnis Kekinian dengan Teknologi Digital*. PT. Sonpedia Publishing Indonesia.
- Janah, U. R. N., & Tampubolon, F. R. S. (2024). Peran usaha mikro, kecil, dan menengah dalam pertumbuhan ekonomi: Analisis kontribusi sektor umkm terhadap pendapatan nasional di indonesia. *PENG: Jurnal Ekonomi Dan Manajemen*, 1(2), 739-746.

- Kementerian Koperasi dan UKM. (2021). Perkembangan Data Usaha Mikro, Kecil, Menengah, dan Usaha Besar. Kementerian Koperasi Dan UKM. <https://www.kemenkopukm.go.id/data-umkm/>
- Lestari, W. I., Budi, S., & Shakira, F. (2024). Peran E-Commerce untuk Meningkatkan Daya Saing Bisnis pada UMKM. *Surplus: Jurnal Ekonomi dan Bisnis*, 3(1), 319-330.
- Maimuna, F. F., Roroa, N. A. F., Misrah, M., Oktaviany, O., & Agit, A. (2024, October). Transformasi Digital dalam Kewirausahaan: Analisis Faktor Penghambat dan Pendorong Perkembangan Ekonomi Digital. In *Prosiding Seminar Nasional Pembangunan Ekonomi Berkelanjutan Dan Riset Ilmu Sosial (Vol. 1, No. 1, pp. 187-198)*.
- Nursasi, A., Hanifah, N., Handani, R. T., & Sarpini, S. (2024). IMPLEMENTASI KEBIJAKAN INTEGRASI EKONOMI DAN DAMPAKNYA TERHADAP PENGEMBANGAN UMKM DI INDONESIA. *Jurnal Ilmiah Ekonomi Dan Manajemen*, 2(12), 429-440.
- Octiva, C. S., Haes, P. E., Fajri, T. I., Eldo, H., & Hakim, M. L. (2024). Implementasi Teknologi Informasi pada UMKM: Tantangan dan Peluang. *Jurnal Minfo Polgan*, 13(1), 815-821.
- Pratama, S., Yuniar, T., Hendrawan, W. P., & Noviyanti, I. (2024). Pengaruh Strategi Inovasi Terhadap Penggunaan Teknologi Informasi Dalam Industri UMKM. *Jurnal Bintang Manajemen*, 2(2), 50-60.
- Salam, A. (2024). Transformasi digital UMKM Indonesia di era industri 5.0: Studi kasus di Kota Banda Aceh. *Jurnal Manajemen Dan Teknologi*, 1(1), 1-10.
- Sifwah, M. A., Nikhal, Z. Z., Dewi, A. P., Nurcahyani, N., & Latifah, R. N. (2024). Penerapan digital marketing sebagai strategi pemasaran untuk meningkatkan daya saing UMKM. *Journal of Management Accounting, Tax and Production*, 2(1), 109-118.
- Ugm, F. F. (2019). *Revolusi Industri 4.0*. CV Jejak (Jejak Publisher).