

## **Pelatihan Implementasi Ekonomi Digital pada Sektor Perdagangan UMKM Wilayah Pedesaan**

### **Training on Implementation of Digital Economy in the Rural Area MSME Trade Sector**

Muhammad Danil<sup>1a</sup>, Mohammad Fanani<sup>1</sup>, Endang Lifchatullaillah<sup>1</sup>

<sup>1a</sup>Universitas dr. Soebandi Jember; Jl. dr. Soebandi No.99, Kec. Patrang, Jember, e-mail:  
danilmoh68@gmail.com

(Diterima: 03-07-2025; Ditelaah: 30-07-2025; Disetujui: 12-08-2025)

#### **Abstrak**

*Urgensi implementasi ekonomi digital pada Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah (UMKM) semakin meningkat seiring dengan ketatnya persaingan global, percepatan adopsi teknologi akibat pandemi COVID-19 serta perubahan perilaku konsumen yang cenderung berbelanja secara daring. UMKM yang tidak beradaptasi dengan digitalisasi berisiko tertinggal dalam persaingan pasar. Kegiatan pengabdian ini bertujuan untuk merumuskan solusi strategis guna mendorong pertumbuhan dan keberlanjutan UMKM di era digital agar mampu berkontribusi optimal terhadap perekonomian nasional. Metode yang digunakan adalah pelatihan dan workshop yang dilanjutkan dengan evaluasi dan monitoring menggunakan pendekatan analisis berdasarkan hasil di lapangan. Adapun hasil dari kegiatan pengabdian ini mencakup: (1) identifikasi tantangan dan peluang dalam adopsi teknologi digital oleh UMKM; (2) penyusunan rekomendasi strategis berupa kebijakan, pelatihan, akses teknologi, dan dukungan finansial; (3) pengembangan model implementasi ekonomi digital yang aplikatif; serta (4) penyajian studi kasus UMKM yang berhasil dalam digitalisasi sebagai role model dari praktik terbaik. Hasil pengabdian diharapkan dapat memberikan wawasan mendalam mengenai implementasi ekonomi digital pada sektor perdagangan UMKM.*

**Kata kunci:** Ekonomi Digital, Manajemen, Pemberdayaan UMKM, Perdagangan

#### **Abstract**

*The urgency of implementing a digital economy in Micro, Small, and Medium Enterprises (MSMEs) is increasing along with intense global competition, accelerated technology adoption due to the COVID-19 pandemic, and changes in consumer behavior that tend to shop online. MSMEs that do not adapt to digitalization risk being left behind in market competition. This community service activity aims to formulate strategic solutions to encourage the growth and sustainability of MSMEs in the digital era so that they can contribute optimally to the national economy. The methods used are training and workshops followed by evaluation and monitoring using an analytical approach based on results in the field. The results of this community service activity include: (1) identification of challenges and opportunities in the adoption of digital technology by MSMEs; (2) preparation of strategic recommendations in the form of policies, training, technology access, and financial support; (3) development of an applicable digital economy implementation model; and (4) presentation of case studies of MSMEs that have succeeded in digitalization as role models of best practices. The results of the community service are expected to provide in-depth insights into the implementation of the digital economy in the MSMEs trade sector.*

**Keywords:** Digital Economy, Management, MSMEs Empowerment, Trade

## PENDAHULUAN

Di era globalisasi dan kemajuan teknologi informasi yang pesat, ekonomi digital telah menjadi salah satu pilar utama dalam pengembangan sektor perdagangan di seluruh dunia (Budi, 2020). Transformasi digital tidak hanya mempengaruhi cara perusahaan besar beroperasi, tetapi juga memberikan peluang yang signifikan bagi Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah (UMKM) untuk beradaptasi dan berkembang (Aji & Rahman, 2021). UMKM, yang merupakan tulang punggung perekonomian di banyak negara, termasuk Indonesia, berkontribusi besar terhadap penciptaan lapangan kerja dan pertumbuhan ekonomi. Menurut data dari Kementerian Koperasi dan UKM, UMKM menyumbang sekitar 60% dari Produk Domestik Bruto (PDB) dan menyerap lebih dari 97% tenaga kerja di Indonesia (Chandra & Setiawan, 2022). Namun, mereka sering kali menghadapi berbagai tantangan, seperti keterbatasan akses pasar, modal, dan teknologi.

Implementasi ekonomi digital pada sektor perdagangan UMKM menjadi sangat penting dalam konteks ini. Dengan memanfaatkan teknologi digital, UMKM dapat meningkatkan efisiensi operasional, memperluas jangkauan pasar, dan meningkatkan daya saing mereka (Dewi & Santoso, 2021). Platform e-commerce, media sosial, dan teknologi informasi lainnya memberikan kesempatan bagi UMKM untuk menjangkau konsumen yang lebih luas, baik di dalam maupun luar negeri (Ginting, 2021). Selain itu, digitalisasi juga memungkinkan UMKM untuk mengoptimalkan proses bisnis, mulai dari pemasaran hingga manajemen rantai pasokan (Fitria, 2020).

Urgensi implementasi ekonomi digital pada UMKM tidak dapat diabaikan. Pertama, dalam menghadapi persaingan global yang semakin ketat, UMKM perlu beradaptasi dengan cepat untuk tetap relevan. Kedua dengan permasalahan yang pernah dialami dunia dengan adanya pandemi COVID-19 telah mempercepat adopsi teknologi digital dan UMKM yang tidak bertransformasi berisiko tertinggal. Ketiga dengan meningkatnya penggunaan internet dan smartphone, konsumen saat ini lebih memilih berbelanja secara online sehingga UMKM yang tidak memanfaatkan saluran digital akan kehilangan peluang pasar secara signifikan (Junaidi & Lestari, 2021).

Namun meski memiliki potensi yang besar, banyak UMKM yang memiliki kesulitan dalam mengadopsi teknologi digital. Faktor-faktor seperti kurangnya pengetahuan, keterbatasan sumber daya dan infrastruktur yang belum memadai menjadi hambatan dalam implementasi ekonomi digital (Hidayati & Prabowo, 2022). Sehingga pentingnya untuk mengidentifikasi strategi dan kebijakan yang dapat mendukung UMKM dalam transisi menuju ekonomi digital (Kurniawan, 2022).

Salah satu strategi yang dapat digunakan adalah implementasi ekonomi digital. Ekonomi digital adalah sistem ekonomi yang menggunakan teknologi digital sebagai sarana untuk memfasilitasi transaksi dan pertukaran nilai (Nasution, 2021). Implementasi ekonomi digital pada UMKM dapat membantu meningkatkan akses ke pasar, meningkatkan efisiensi, dan meningkatkan kemampuan manajemen (Prasetyo & Wibowo, 2022). Namun, implementasi ekonomi digital pada UMKM masih memiliki beberapa tantangan, seperti keterbatasan infrastruktur, keterbatasan kemampuan digital, dan keterbatasan sumber daya. Oleh karena itu, diperlukan pengabdian yang lebih

mendalam untuk memahami bagaimana implementasi ekonomi digital pada UMKM dapat dilakukan secara efektif dan efisien.

## METODE PELAKSANAAN

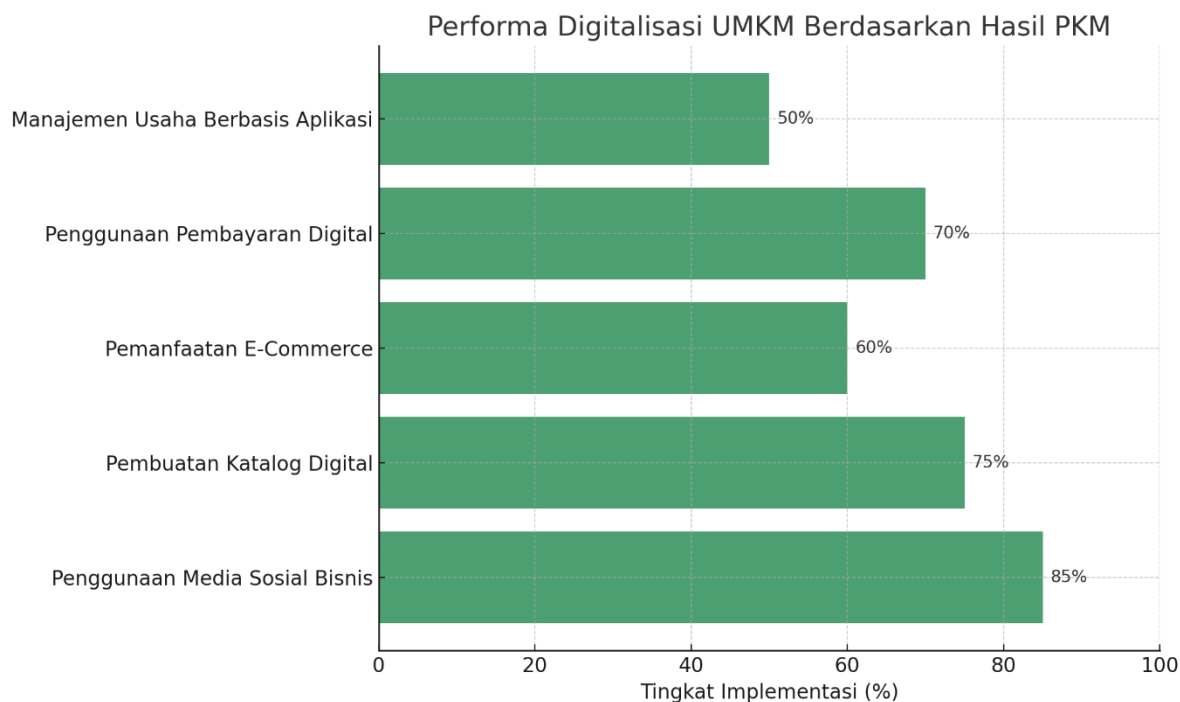
Pelaksanaan kegiatan ini berfokus pada pemberdayaan UMKM di wilayah pedesaan melalui pelatihan dan pendampingan langsung. Tahapan kegiatan disusun secara sistematis untuk memastikan bahwa proses implementasi ekonomi digital dapat diterima dan diaplikasikan dengan baik oleh pelaku UMKM. Adapun tahapan pelaksanaan kegiatan pada tabel 1 adalah sebagai berikut:

Tabel 1. Pelaksanaan Kegiatan Pengabdian

No.	Tahapan Kegiatan	Uraian Kegiatan	Waktu Pelaksanaan	Output yang Diharapkan
1	Identifikasi dan Seleksi Peserta	Survei lapangan untuk menentukan UMKM sektor perdagangan di wilayah pedesaan yang memenuhi kriteria untuk mengikuti pelatihan.	Minggu ke-1	Daftar UMKM terpilih sebagai peserta kegiatan
2	Pemetaan Tantangan dan Kebutuhan	Wawancara dan observasi untuk mengidentifikasi hambatan dan kebutuhan utama dalam implementasi digitalisasi.	Minggu ke-2	Laporan hasil pemetaan tantangan dan kebutuhan peserta
3	Pelatihan dan Workshop Implementasi Ekonomi Digital	Pelatihan intensif terkait literasi digital, pemasaran online, manajemen keuangan digital, serta pemanfaatan e-commerce dan studi kasus praktik terbaik.	Minggu ke-3 dan ke-4	Peningkatan pengetahuan dan keterampilan peserta terkait ekonomi digital
4	Pendampingan dan Monitoring	Pendampingan teknis untuk membantu UMKM dalam mengimplementasikan strategi digital secara langsung dan evaluasi berkala atas kemajuan masing-masing peserta.	Minggu ke-5 – ke-7	Implementasi digitalisasi oleh peserta dan catatan perkembangan
5	Penyusunan Model dan Rekomendasi Strategis	Penyusunan model implementasi ekonomi digital yang sesuai untuk UMKM pedesaan serta rekomendasi kebijakan dan strategi pengembangan lebih lanjut.	Minggu ke-8	Dokumen model implementasi dan rekomendasi strategis
6	Evaluasi dan Dokumentasi Studi Kasus	Evaluasi efektivitas program dan dokumentasi studi kasus UMKM yang berhasil dalam digitalisasi sebagai inspirasi dan referensi.	Minggu ke-9	Laporan evaluasi kegiatan dan dokumentasi studi kasus UMKM berhasil

## HASIL & PEMBAHASAN

Kegiatan pelatihan implementasi ekonomi digital pada sektor perdagangan UMKM di wilayah pedesaan menghasilkan sejumlah temuan yang merefleksikan kondisi aktual pelaku usaha, tantangan struktural, dan peluang strategis dalam era transformasi digital. Melalui pendekatan kualitatif deskriptif berbasis praktik lapangan, pelaksanaan PKM ini mengungkap dinamika yang sejalan dengan berbagai teori dan temuan sebelumnya. Berikut hasil dari kegiatan PKM yang sudah dilaksanakan dalam bentuk diagram:



Gambar 1. Performa Digitalisasi UMKM Berdasarkan Hasil PKM

Gambar diagram menunjukkan capaian implementasi berbagai aspek digitalisasi oleh pelaku UMKM peserta program pelatihan. Aspek dengan tingkat penerapan tertinggi adalah penggunaan media sosial bisnis, dengan tingkat implementasi mencapai 85%. Hal ini menunjukkan bahwa media sosial, terutama WhatsApp Business dan Facebook, menjadi sarana yang paling mudah diakses dan digunakan oleh pelaku UMKM di wilayah pedesaan untuk mempromosikan produk mereka.

Selanjutnya, pembuatan katalog digital tercatat sebesar 75%, menandakan bahwa sebagian besar peserta mulai memahami pentingnya tampilan produk yang menarik dan informatif dalam format digital. Penggunaan sistem pembayaran digital, seperti QRIS dan e-wallet, telah diterapkan oleh sekitar 70% peserta. Angka ini cukup signifikan mengingat masih adanya kekhawatiran terhadap keamanan transaksi digital, terutama di kalangan pelaku usaha lansia.

Adapun pemanfaatan platform e-commerce, seperti Shopee dan Tokopedia, baru mencapai 60%, yang mengindikasikan masih adanya kendala dalam hal pendaftaran, pengelolaan toko digital, dan persaingan harga. Terakhir, manajemen usaha berbasis

aplikasi (misalnya pencatatan keuangan digital atau manajemen stok) memiliki tingkat implementasi paling rendah, yaitu 50%. Hal ini disebabkan oleh keterbatasan pemahaman teknis dan rendahnya penggunaan perangkat lunak manajemen di kalangan pelaku UMKM pedesaan. Secara keseluruhan, hasil ini mencerminkan bahwa aspek digital yang paling sederhana dan familiar lebih mudah diadopsi terlebih dahulu, sedangkan aspek yang memerlukan keterampilan teknis lanjutan atau investasi waktu lebih besar masih memerlukan pendampingan lanjutan secara berkelanjutan. Berdasarkan hasil dari performa tersebut terdapat beberapa point yang akan dijelaskan:

### **1. Kondisi Awal dan Literasi Digital Pelaku UMKM Pedesaan**

Sebelum pelatihan dilaksanakan, hasil observasi dan wawancara menunjukkan bahwa sebagian besar pelaku UMKM di wilayah pedesaan memiliki keterbatasan dalam pengetahuan dasar mengenai teknologi digital. Hal ini sejalan dengan temuan Hidayati & Prabowo (2022), yang menyebutkan bahwa rendahnya literasi digital merupakan hambatan utama dalam transformasi UMKM, terutama di daerah non-perkotaan. Kebanyakan peserta belum pernah menggunakan platform e-commerce atau metode pembayaran digital dalam transaksi bisnis mereka, meskipun sudah menggunakan smartphone.

Pelatihan yang dilakukan selama tiga minggu berhasil meningkatkan pemahaman peserta terhadap konsep digitalisasi. Peserta mulai mengenal dan mempraktikkan penggunaan media sosial sebagai sarana promosi, pembuatan katalog digital, serta penggunaan e-wallet dan QRIS dalam transaksi. Hal ini menguatkan teori adopsi inovasi oleh Rogers (2003), yang menyatakan bahwa peningkatan pemahaman dan kepercayaan terhadap teknologi merupakan langkah awal dalam proses adopsi inovasi.

### **2. Tantangan Struktural dan Sosial di Wilayah Pedesaan**

Transformasi digital di wilayah pedesaan tidak terlepas dari tantangan infrastruktur. Masih terbatasnya jaringan internet, kurangnya perangkat pendukung, serta keterbatasan akses pelatihan digital menjadi penghambat utama. Chandra & Setiawan (2022) menekankan bahwa ketimpangan digital antara daerah perkotaan dan pedesaan berdampak langsung terhadap kesenjangan ekonomi digital di Indonesia.

Di samping itu, tantangan sosial seperti rendahnya kepercayaan terhadap sistem pembayaran digital dan preferensi terhadap transaksi tunai juga menghambat proses adopsi. Beberapa pelaku UMKM merasa ragu terhadap keamanan transaksi online dan belum memahami potensi pasar digital secara menyeluruh.

### **3. Potensi Ekonomi Digital dalam Konteks Lokal**

Meskipun menghadapi berbagai hambatan, para pelaku UMKM menyadari adanya peluang besar dalam pemanfaatan teknologi digital. Setelah pelatihan, beberapa peserta mulai aktif mempromosikan produknya melalui Facebook dan WhatsApp Business, serta mencoba mendaftarkan produknya ke platform marketplace lokal seperti "Grab Toko" dan "Tokopedia UMKM."

Penerapan strategi ini sejalan dengan pandangan Dewi & Santoso (2021), yang menyatakan bahwa pemanfaatan teknologi digital oleh UMKM secara langsung dapat memperluas jangkauan pasar, meningkatkan efisiensi, dan memperkuat citra merek.

Studi kasus dari salah satu peserta menunjukkan bahwa omzet penjualan meningkat hingga 65% dalam dua minggu setelah mengadopsi strategi pemasaran digital sederhana, seperti membuat konten promosi melalui video pendek dan katalog online.

#### **4. Model Implementasi Ekonomi Digital untuk UMKM Pedesaan**

Berdasarkan evaluasi dan hasil pendampingan, disusun model implementasi digitalisasi berbasis kebutuhan lokal, yang terdiri dari tiga tahapan:

- a) Pengenalan dan Literasi Digital Dasar: Pelatihan tentang manfaat digitalisasi, pemasaran online, dan keamanan transaksi.
- b) Penerapan Bertahap Teknologi Digital: Pendampingan dalam penggunaan e-commerce, media sosial bisnis, dan aplikasi keuangan digital.
- c) Monitoring dan Replikasi Studi Kasus Sukses: Dokumentasi proses implementasi dan keberhasilan peserta sebagai model replikasi bagi UMKM lain di desa tersebut.

Model ini mengadaptasi pendekatan *Bottom-Up* seperti yang dijelaskan oleh Kurniawan (2022), yang menekankan pentingnya penyesuaian strategi digital dengan konteks sosial dan ekonomi lokal.

#### **5. Rekomendasi dan Implikasi Kebijakan**

Dari hasil kegiatan ini, beberapa rekomendasi penting diajukan perlunya dukungan pemerintah desa dan daerah untuk menyediakan infrastruktur digital yang memadai, Diperlukan sinergi antara akademisi, pemerintah, dan sektor swasta untuk membangun pusat pelatihan digital desa (*Digital Center for Village MSMEs*), Pengembangan program inkubasi bisnis digital berbasis desa guna memperluas jangkauan pelatihan dan pendampingan.

Hal ini sejalan dengan Nasution (2021) yang menekankan bahwa kebijakan inklusif dan dukungan lintas sektor menjadi kunci dalam mempercepat digitalisasi UMKM di daerah tertinggal. Dalam konteks ini, inklusivitas berarti bahwa kebijakan pemerintah dan program pelatihan harus mempertimbangkan kesenjangan akses terhadap teknologi dan literasi digital yang masih tinggi di wilayah non-perkotaan. Tanpa intervensi yang menyeluruh, UMKM pedesaan berpotensi mengalami eksklusi digital yang semakin memperlebar jurang ketimpangan ekonomi.

Dukungan lintas sektor yang dimaksud mencakup peran aktif pemerintah daerah dalam penyediaan infrastruktur digital dasar, seperti jaringan internet yang stabil dan terjangkau, serta fasilitas pelatihan digital di tingkat desa. Selain itu, sektor pendidikan tinggi dan akademisi memiliki peran strategis dalam pengembangan kurikulum pelatihan berbasis kebutuhan lokal, serta dalam mendampingi proses implementasi berbasis evidence dan praktik baik. Lembaga keuangan dan penyedia teknologi juga diharapkan terlibat dalam memberikan akses permodalan dan solusi teknologi yang sederhana namun efektif bagi UMKM dengan kapasitas rendah.

Menurut Prasetyo & Wibowo (2022), kolaborasi antar pihak ini harus bersifat sinergis dan berkelanjutan, bukan sekadar intervensi sesaat. Misalnya, keberadaan pendamping digital desa atau *local digital enablers* dapat menjadi solusi jangka panjang untuk menjembatani pelaku UMKM dengan ekosistem digital yang lebih luas. Inisiatif semacam ini telah terbukti efektif di beberapa wilayah seperti di program Desa Cerdas

yang diinisiasi Kementerian Desa PDTT, di mana keterlibatan multi-stakeholder menjadi faktor kunci keberhasilan. Oleh karena itu, penting bagi setiap intervensi pelatihan dan pendampingan digitalisasi UMKM untuk tidak hanya berhenti pada aspek teknis, tetapi juga disertai dengan skema keberlanjutan yang mengintegrasikan unsur pembiayaan, pendampingan jangka panjang, dan kebijakan afirmatif dari pemerintah. Dengan pendekatan seperti ini, digitalisasi UMKM pedesaan tidak hanya menjadi agenda pelatihan sesaat, tetapi transformasi struktural menuju ekonomi desa berbasis digital.

## **KESIMPULAN**

Kegiatan pelatihan implementasi ekonomi digital pada sektor perdagangan UMKM di wilayah pedesaan menunjukkan bahwa transformasi digital bukan hanya kebutuhan, tetapi juga peluang strategis bagi pelaku usaha kecil di tengah perubahan pola konsumsi masyarakat dan perkembangan teknologi. Meskipun pelaku UMKM di pedesaan menghadapi tantangan seperti keterbatasan literasi digital, infrastruktur yang belum merata, dan keterbatasan sumber daya, program pelatihan ini berhasil meningkatkan pemahaman dan keterampilan mereka dalam menggunakan teknologi digital secara bertahap.

Hasil pelaksanaan kegiatan pengabdian menunjukkan bahwa aspek digital yang bersifat praktis dan mudah diakses, seperti media sosial bisnis dan pembayaran digital, memiliki tingkat adopsi paling tinggi. Sementara itu, aspek yang memerlukan keterampilan lebih lanjut, seperti manajemen usaha berbasis aplikasi dan integrasi dengan e-commerce, masih memerlukan pendampingan lanjutan. Model implementasi digitalisasi yang dirancang dari kegiatan ini menunjukkan efektivitas pendekatan berbasis lokal dengan tahapan edukasi, praktik bertahap, dan dokumentasi studi kasus sebagai rujukan. Dengan dukungan lintas sektor dan kebijakan yang inklusif, UMKM di wilayah pedesaan dapat bertransformasi menuju ekosistem digital yang produktif dan berkelanjutan.

## **DAFTAR PUSTAKA**

- Aji, F. N., & Rahman, A. (2021). Digitalisasi UMKM Sebagai Strategi Bertahan di Era Pandemi. *Jurnal Ekonomi dan Kewirausahaan*, 9(2), 134–142.
- Budi, S. (2020). Transformasi Ekonomi Digital dan Pengaruhnya Terhadap UMKM. *Jurnal Teknologi dan Pembangunan*, 8(1), 23–31.
- Chandra, A., & Setiawan, H. (2022). Kesenjangan Digital dan Akses UMKM di Indonesia. *Jurnal Ilmu Sosial dan Humaniora*, 10(3), 201–213.
- Dewi, R., & Santoso, T. (2021). Media Sosial sebagai Alat Pemasaran Digital UMKM. *Jurnal Bisnis Digital*, 6(1), 45–56.
- Fitria, L. (2020). Penerapan Digital Marketing Pada UMKM di Indonesia. *Jurnal Ekonomi Digital*, 5(2), 88–97.
- Ginting, S. (2021). Peran e-commerce dalam Pemberdayaan UMKM. *Jurnal Ekonomi dan Teknologi*, 9(4), 65–76.

- Hidayati, N., & Prabowo, A. (2022). Literasi Digital dan Kesiapan UMKM Menghadapi Ekonomi Digital. *Jurnal Pengembangan Ekonomi Lokal*, 7(1), 55–66.
- Junaidi, A., & Lestari, Y. (2021). Dampak Pandemi COVID-19 terhadap Percepatan Transformasi Digital UMKM. *Jurnal Ekonomi dan Manajemen*, 10(2), 102–111.
- Kurniawan, B. (2022). Strategi Penguatan Digitalisasi Ekonomi Pedesaan Melalui UMKM. *Jurnal Pembangunan Daerah*, 4(3), 77–89.
- Nasution, A. (2021). *Ekonomi Digital untuk Pembangunan Inklusif di Indonesia*. Jakarta: Pustaka Ekonomi Indonesia.
- Prasetyo, Y. T., & Wibowo, H. (2022). Implementasi Transformasi Digital UMKM Berbasis Teknologi Informasi. *Jurnal Teknologi dan Masyarakat*, 3(2), 120–135.
- Rogers, E. M. (2003). *Diffusion of Innovations (5th ed.)*. New York: Free Press.