

PENGEMBANGAN PLATFORM DIGITAL “KOLABORASI ANTARA UMKM DAN PENGRAJIN LOKAL DALAM MENCIPTAKAN PRODUK INOVATIF

Sela Alfiani^{a,1}, Alvian Troy Kristi Purnama^{b,2}, Nini Mayangsari^{c,3}

^{abc}Program Studi Sarjana Akuntansi, Fakultas Ekonomi dan Bisnis, Universitas Pamulang

¹alfianisela45@gmail.com; ²alviantroy04@gmail.com; ³ninimayangsari456@gmail.com;

* alfianisela45@gmail.com

Abstrak

Penelitian ini memiliki tujuan untuk menciptakan sebuah "platform kolaboratif digital" yang berfungsi menghubungkan usaha mikro, kecil, dan menengah, termasuk UMKM, dengan pengrajin lokal untuk mendorong inovasi produk. Di sini, tidak hanya siswa/siswi SMA, mahasiswa, dan masyarakat dewasa yang dapat terlibat dalam bisnis secara digital maupun konvensional, tetapi juga siswa/siswi SMP yang dapat memulai usaha sejak dini. Melalui kegiatan Pengabdian Kepada Masyarakat, kegiatan ini dirancang untuk membantu siswa/siswi SMP dalam berkreasi dan berbisnis. Dengan cara yang interaktif dan berbagi ide, mereka dapat meningkatkan kreativitas dalam merumuskan konsep bisnis. Walaupun dengan uang saku yang terbatas, mereka bisa memanfaatkan barang-barang di sekitar mereka sebagai inspirasi untuk berkreasi. Diajarkan juga bagaimana memanfaatkan platform digital seperti e-commerce dengan bijak kepada anak-anak seusia mereka. Diharapkan hasil dari pengembangan platform ini dapat meningkatkan daya saing melalui inovasi produk serta memberdayakan pengrajin lokal dengan memberikan akses ke pasar dan membuka peluang untuk pertumbuhan ekonomi di Indonesia. Kegiatan PKM ini tidak hanya dinilai dari jumlah partisipan, melainkan juga dari peningkatan kreativitas produk serta dampak dari media sosial, e-commerce, dan aspek sosial ekonomi bagi para pelaku usaha muda.

Kata Kunci: *Produk Inovasi; e-commerce; Pengrajin lokal;*

Abstract

This research aims to create a "digital collaborative platform" that connects micro, small, and medium enterprises (MSMEs) with local artisans to encourage product innovation. Here, not only high school students, university students, and adults can engage in business both digitally and conventionally, but also junior high school students who can start their ventures early. Through community service activities, this initiative is designed to assist junior high school students in creativity and entrepreneurship. In an interactive manner and by sharing ideas, they can enhance their creativity in formulating business concepts. Even with limited pocket money, they can utilize items around them as inspiration for their creations. They are also taught how to wisely use digital platforms such as e-commerce appropriate for their age. It is hoped that the outcomes of this platform development can enhance competitiveness through product innovation and empower local artisans by providing access to markets and opening opportunities for economic growth in Indonesia. This community service activity is evaluated not only by the number of participants but also by the increase in product creativity and the impact of social media, e-commerce, and socio-economic aspects for young entrepreneurs.

Keywords: Innovative Products; e-commerce; Local Artisan;

PENDAHULUAN

Perkembangan teknologi digital yang pesat dalam dua puluh tahun terakhir telah mengubah banyak aspek, termasuk sektor bisnis. Saat ini, pemanfaatan platform digital seperti e-commerce dan media sosial menjadi cara utama untuk memperluas pasar, meningkatkan efisiensi, serta menjangkau konsumen dengan lebih luas dan efektif (Zakariya dan Ikaningtyas, 2025). Hal ini menunjukkan betapa pentingnya pendidikan kewirausahaan digital sejak dini, terutama untuk generasi muda seperti siswa SMP, yang saat ini masih menghadapi kendala dalam akses dan pengalaman langsung di dunia bisnis digital.

Program Pengabdian kepada Masyarakat (PKM) menjadi cara yang strategis untuk memenuhi kebutuhan tersebut. Salah satu pelaksanaannya dilakukan di SMP Yayasan Anugerah Abadi yang beralamat di Jl. Benda Raya, Jl. Madrasah No. 41, RT 08/RW 01, Pondok Benda, Kecamatan Pamulang, di Kota Tangerang Selatan, Provinsi Banten, pada 20 Mei 2025. Kegiatan ini melibatkan 48 siswa dari kelas 7 dan 8 sebagai peserta utama.

Tujuan utama dari program ini adalah memberikan pelatihan dan bimbingan langsung mengenai strategi bisnis digital dan penggunaan platform e-commerce. Dengan pendekatan interaktif dan praktik langsung, siswa tidak hanya mendapatkan pengetahuan teori, tetapi juga pengalaman nyata dalam merancang produk, membuat akun e-commerce, dan mempromosikan melalui media sosial. Ini selaras dengan hasil penelitian Zakariya dan Ikaningtyas (2025) yang menunjukkan bahwa penggabungan e-commerce dan pemasaran digital dapat meningkatkan daya saing serta memperluas pasar UMKM di tingkat lokal.

Selama kegiatan berlangsung, mayoritas peserta awalnya tidak memahami konsep dasar bisnis digital, strategi pemasaran online, serta manfaat ekonomi dari digitalisasi usaha. Namun, melalui sesi interaktif dan praktik langsung, pemahaman peserta meningkat secara signifikan. Mereka menunjukkan antusiasme yang tinggi dengan partisipasi aktif, diskusi, dan penyampaian ide-ide inovatif.

Hasil utama dari program ini mencakup pengembangan produk kreatif oleh siswa dan pembentukan platform digital yang digunakan untuk mempromosikan hasil karya

mereka. Platform ini tidak sekadar sebagai alat promosi, tetapi juga berfungsi sebagai sarana edukasi dan memperkuat jaringan antar pelaku UMKM muda. Berbagai fitur seperti katalog produk, sistem pemesanan online, dan integrasi dengan media sosial menjadi bagian dari desain platform yang dikembangkan.

Dampak awal dari program ini menunjukkan peningkatan semangat kewirausahaan, kualitas produk lokal, serta pemahaman peserta tentang siklus pengembangan produk yang berorientasi pada kebutuhan pasar. Indikator keberhasilan lainnya adalah meningkatnya minat untuk memulai usaha digital, peningkatan kemampuan dalam branding dan kemasan, serta terciptanya peluang kolaborasi dengan pihak luar, termasuk komunitas digital dan instansi pemerintah daerah.

Evaluasi awal menunjukkan bahwa kegiatan ini berkontribusi pada peningkatan daya saing UMKM lokal dan memiliki potensi untuk mendorong pertumbuhan ekonomi berbasis inovasi digital. Selain sebagai sarana edukasi, program ini dapat dijadikan contoh yang bisa diterapkan untuk pengembangan kewirausahaan digital berbasis masyarakat di daerah lain.

METODE PELAKSANAAN

Kegiatan pengabdian masyarakat ini dilaksanakan di SMP Yayasan Anugerah Abadi yang berada di Jl. Benda Raya, Jl. Madrasah No. 41, RT 08/RW 01, Pondok Benda, Kecamatan Pamulang, Kota Tangerang Selatan, Provinsi Banten, dengan kode pos 15416. Acara ini dilakukan pada tanggal 20 Mei 2025 dan diperuntukkan bagi para siswa SMP, khususnya yang berada di kelas 7 dan 8.

Pelaksanaan aktivitas ini menggunakan metode yang menekankan pada pelatihan kelompok serta bimbingan langsung. Kegiatan dimulai dengan pengenalan konsep dasar yang berkaitan dengan strategi bisnis, terutama tentang pemanfaatan platform digital untuk mendukung aktivitas bisnis. Materi yang disampaikan meliputi pentingnya memahami model bisnis digital serta peluang dan tantangan yang harus dihadapi, sejalan dengan kemajuan teknologi saat ini.

Setelah penyampaian materi dasar, peserta diberikan pembimbingan untuk menerapkan pengetahuan yang sudah dipelajari melalui praktik langsung. Siswa dilibatkan dalam menciptakan produk sederhana yang bisa berfungsi sebagai contoh barang yang nantinya akan dipasarkan melalui platform digital, seperti situs e-commerce dan akun media sosial. Produk yang dihasilkan

bertujuan sebagai simulasi dasar dalam menjalankan usaha berbasis digital.

Selanjutnya, para peserta memperoleh pelatihan teknis mengenai cara membuat akun di e-commerce, mencakup langkah-langkah pendaftaran, pengunggahan produk, serta pembuatan deskripsi yang menarik. Selain itu, pendampingan juga meliputi teknik dasar pemasaran digital, seperti strategi promosi menggunakan media sosial untuk menjangkau pelanggan yang lebih luas. Kegiatan ini bertujuan untuk memberikan pemahaman praktis sekaligus menumbuhkan minat dalam kewirausahaan digital di kalangan siswa sejak dini, agar mereka mampu menghadapi era ekonomi digital dengan keterampilan yang memadai.

HASIL DAN PEMBAHASAN

Kegiatan layanan masyarakat yang diadakan di SMP Yayasan Anugerah Abadi pada 20 Mei 2025 memiliki pengaruh yang positif dalam meningkatkan pengetahuan tentang kewirausahaan digital di kalangan siswa SMP, terutama di kelas 7 dan 8. Tercatat ada 48 peserta yang terlibat, dan hampir semua dari mereka mengikuti seluruh rangkaian acara dengan antusias dan partisipasi yang tinggi dari awal sampai akhir acara.



(GAMBAR 1. Penjelasan soal Strategi Bisnis Dalam Platform Digital)

Pada fase awal pelatihan, peserta diperkenalkan dengan dasar-dasar kewirausahaan dan strategi untuk membangun usaha, terutama yang berbasis digital. Materi yang disampaikan menekankan pentingnya transformasi bisnis melalui teknologi, termasuk penggunaan e-commerce sebagai alat pemasaran. Sebelumnya, banyak peserta yang belum mengerti atau mengetahui tentang transaksi digital. Namun, melalui penyampaian materi yang sesuai dengan usia dan teknik interaktif, mereka mulai memahami keuntungan dan potensi dari bisnis yang mengandalkan teknologi.

Salah satu bagian paling menarik dan memberikan hasil yang nyata adalah saat peserta diundang untuk berpraktek langsung. Dalam sesi ini, siswa dibagi menjadi kelompok untuk membuat produk sederhana yang berfungsi sebagai simulasi usaha yang akan mereka pasarkan secara daring. Ragam

produk yang dihasilkan cukup beragam, mulai dari kerajinan tangan hingga makanan dan minuman ringan. Aktivitas ini meningkatkan kreativitas siswa dan kemampuan kolaboratif mereka dalam kelompok.

Setelah produk selesai dibuat, siswa diberikan arahan untuk mengenal dan menggunakan platform e-commerce, khususnya Tokopedia, sebagai saluran pemasaran. Tim pengabdian mendampingi peserta dalam membuat akun, mengunggah produk, menulis deskripsi produk yang menarik, dan memilih gambar produk yang sesuai agar dapat menarik perhatian pembeli potensial. Setiap kelompok berhasil menyelesaikan fase ini dengan baik, menunjukkan bahwa meskipun mereka adalah pemula, siswa dapat dengan cepat beradaptasi dengan teknologi digital jika diberikan bimbingan yang tepat.

Peserta juga tidak hanya belajar tentang penggunaan platform e-commerce, tetapi juga diberikan pemahaman mengenai pentingnya promosi digital melalui media sosial. Mereka diajari cara menyusun konten sederhana untuk promosi, memilih frasa yang menarik dan persuasif, serta membagikan tautan toko online kepada teman-teman mereka sebagai simulasi pemasaran. Ini memberikan mereka

keterampilan komunikasi pemasaran yang sangat penting dalam dunia usaha saat ini.

Dari pengamatan langsung selama kegiatan berlangsung, terlihat adanya peningkatan pemahaman yang signifikan di kalangan peserta. Hal ini dapat dilihat dari semangat mereka ketika berdiskusi, menjawab pertanyaan, serta saat melakukan praktik. Evaluasi melalui kuesioner yang dibagikan di akhir kegiatan menunjukkan bahwa sekitar 85% peserta merasa aktivitas ini memberikan manfaat yang nyata dan meningkatkan motivasi mereka untuk mencoba berwirausaha secara mandiri di masa depan.

Secara keseluruhan, program pengabdian ini berhasil mencapai tujuan yang ditetapkan. Selain menghadirkan pengetahuan dan pengalaman baru dalam kewirausahaan digital, kegiatan ini juga mengasah keterampilan penting lainnya seperti kerja sama, komunikasi, dan pemanfaatan teknologi dengan bijak. Dengan kegiatan ini, semangat kewirausahaan telah mulai ditanamkan sejak dini, mempersiapkan siswa untuk lebih siap menghadapi tantangan di dunia kerja dan usaha yang semakin terintegrasi dengan teknologi di masa depan..

KESIMPULAN

Pelaksanaan kegiatan pengabdian kepada masyarakat di SMP Yayasan Anugerah Abadi telah memberikan dampak positif dalam meningkatkan pengetahuan dan keterampilan dasar siswa di bidang kewirausahaan digital. Dengan menggunakan metode pelatihan yang interaktif dan pendampingan langsung, peserta dapat memahami ide-ide bisnis digital dan menerapkannya melalui pembuatan produk serta pemasaran di platform e-commerce. Antusiasme peserta menunjukkan bahwa metode praktis sangat efektif dalam memperkenalkan strategi bisnis kepada siswa.

Pengenalan platform digital seperti Tokopedia dan strategi promosi melalui media sosial telah membuka pandangan baru bagi siswa untuk menjelajahi potensi bisnis secara mandiri di era digital. Selain aspek pengetahuan, kegiatan ini juga berkontribusi dalam mengembangkan kreativitas, kerja sama, dan keterampilan komunikasi yang penting dalam menjalankan usaha. Suasana belajar yang menyenangkan, ditambah bimbingan langsung dari fasilitator, memberikan pengalaman konkret yang memperdalam pemahaman siswa tentang dunia bisnis.

Berdasarkan hasil pengamatan dan evaluasi, sebagian besar peserta menunjukkan peningkatan yang signifikan dalam pengetahuan dan minat terhadap kewirausahaan. Ini tercermin dari tingginya partisipasi dalam sesi praktik, diskusi kelompok, dan umpan balik positif dari kuesioner yang diisi setelah kegiatan. Secara umum, tujuan utama program ini tercapai dengan baik, yaitu menanamkan nilai-nilai kewirausahaan digital sedari dini sebagai bekal penting bagi generasi muda dalam menyongsong tantangan ekonomi yang semakin berorientasi pada teknologi.

Berdasarkan pelaksanaan kegiatan ini, tim pelaksana PKM menyarankan agar program serupa dapat dilakukan secara berkelanjutan dan terjadwal, baik di sekolah ini ataupun di lembaga pendidikan lainnya. Materi pelatihan sebaiknya terus diperbarui mengikuti perkembangan teknologi digital serta tren yang ada di pasar. Selain itu, sangat penting untuk menjalin kerjasama yang lebih erat antara sekolah, pelaku industri digital, dan pemerintah lokal, guna menciptakan ekosistem kewirausahaan yang mendukung bagi siswa. Penyediaan platform digital berbasis lokal dan integrasi kewirausahaan digital ke dalam kurikulum, baik intrakurikuler maupun ekstrakurikuler, juga

merupakan langkah strategis untuk memperluas dampak program ini.

Dengan adanya dukungan dan pengembangan berkelanjutan, diharapkan siswa dapat mengembangkan potensi mereka secara mandiri, memiliki keberanian untuk berinovasi, serta lebih siap berkontribusi dalam ekosistem bisnis digital yang terus berkembang. Program semacam ini sepatutnya menjadi bagian penting dari upaya penguatan literasi digital dan ekonomi kreatif di kalangan generasi muda di Indonesia.

UCAPAN TERIMA KASIH

Kami ingin mengungkapkan rasa terima kasih yang mendalam kepada Sekolah Menengah Pertama (SMP) Yayasan Anugerah Abadi atas dukungan dan peluang yang diberikan selama berlangsungnya kegiatan pengabdian kepada masyarakat ini. Kami juga mengucapkan terima kasih kepada kepala sekolah, para pengajar, dan seluruh karyawan sekolah yang telah berkontribusi demi kelancaran acara dari awal hingga selesai.

Ucapan terima kasih khusus kami tujukan kepada siswa-siswa kelas 7 dan 8 yang aktif terlibat dan menunjukkan semangat tinggi di setiap sesi pelatihan dan praktik. Antusiasme mereka dalam belajar dan mencoba hal-hal baru menjadi motivasi tersendiri bagi tim pelaksana dalam menyampaikan materi.



(GAMBAR 2. Foto Bersama Peserta PKM dan SMP Augerah Abadi)

Kami juga mengapresiasi kolaborasi dari semua pihak yang memberikan dukungan, baik dari segi moral, fasilitas, maupun logistik. Diharapkan kegiatan ini akan memberikan dampak yang berkelanjutan bagi semua peserta dan menjadi langkah awal yang baik dalam mengembangkan semangat kewirausahaan digital sejak usia dini.

Kami berharap pengabdian ini bisa menjadi sumbangsih kecil dalam membentuk generasi muda yang kreatif, mandiri, dan siap menghadapi berbagai tantangan di era ekonomi digital. Kami juga berharap kolaborasi yang telah terbina dapat terus berlanjut dalam kegiatan-kegiatan serupa di masa yang akan datang.

REFERENSI

Alie, M. S., Bakti, U., Hasbullah, H., Yudhinanto, Y., Heriyanto, T., & Anisa, N. (2024). Peningkatan Penjualan dengan Platform E-Commerce Tokopedia pada

- UMKM. *Journal of Human and Education (JAHE)*, 4(2), 316–321.
- Anum, P. L., Sabila, J., Fransiska, R. M., Sitinjak, P. D., Dwiana, F., Sembiring, R. S., & Absah, Y. (2021). Pemberdayaan Aplikasi Digital Shop/Tokopedia untuk Memaksimalkan Penjualan UMKM Gang Perwira Medan. *Jurnal Pengabdian West Science*, 3(12), 1–6.
- Gustiawan, W. D., & Lestari, R. P. (2023). Akselerasi Transformasi Digital UMKM melalui Pelatihan Tokopedia di Desa Purwokerto Ngadiluwih Kabupaten Kediri. *ARSY: Jurnal Aplikasi Riset kepada Masyarakat*, 6(1), 1–9.
- Irmanistanti, A., Effendi, E. K., Prastyo, M. A., Moreno, Y. V., Yudi, P., & Riza, M. D. (2024). Sosialisasi Penggunaan E-Commerce Bukalapak sebagai Pengembangan UMKM di Desa Wadungasih. *Pandawa: Pusat Publikasi Hasil Pengabdian Masyarakat*, 2(3), 92–99.
- Rusmulyadi, R., Haekaludin, A., Maulida, I. R., Maulidah, N., & Iqbal, M. (2025). Peran E-Commerce dalam Upaya Meningkatkan Pemasaran UMKM Ubi Madu Desa Neglasari Majalaya. *Proceedings UIN Sunan Gunung Djati Bandung*, 1.
- Taufikurrahman, T., Putri, E. K., Ayu, A. R. P., Farikha, A., Sari, N. P. K. P., Putera, M. C., & Hakim, M. A. (2022). Implementasi Aplikasi E-Commerce sebagai Upaya Peningkatan Promosi Pemasaran UMKM Desa Muneng. *KARYA: Jurnal Pengabdian Kepada Masyarakat*, 2(2), 8–14.
- Zakariya, H. M., & Ikaningtyas, M. (2025). Peran Sosial Media Marketing dan E-Commerce dalam Meningkatkan Daya Saing dan Jangkauan Pasar UMKM di Desa Kedungjambe. *Masyarakat Mandiri: Jurnal Pengabdian dan Pembangunan Lokal*, 2(1), 76–86.