

PENERAPAN PLATFORM DIGITAL “KOLABORASI ANTARA UMKM DAN PEIAJAR DALAM MENCIPTAKAN PRODUK INOVATIF

Abel Abdahu Aprianza^{a,1}, Diah Ayu Wulandari^{b,2}, Fitri Indah Sukowati^{c,3}

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

¹alexander.abel16@gmail.com; ²wulandariyu.diah23@gmail.com; ³fitriindah57117@gmail.com

* alexander.abel16@gmail.com

Abstrak

Penelitian ini berfokus pada perancangan serta pengembangan sebuah platform digital kolaboratif yang bertujuan untuk menjembatani pelaku UMKM dengan para perajin lokal, dalam rangka mendorong lahirnya produk-produk yang bersifat inovatif. Inisiatif ini tidak hanya menasar pelajar tingkat SMA, mahasiswa, maupun masyarakat umum, tetapi juga melibatkan siswa-siswi SMP agar mereka mulai memahami dan terlibat dalam dunia kewirausahaan sejak dini. Melalui kegiatan Pengabdian kepada Masyarakat (PKM), siswa tingkat menengah pertama diberi kesempatan untuk mengembangkan kreativitas dan belajar membangun usaha kecil. Pendekatan yang digunakan bersifat interaktif dan berbasis pertukaran ide, dengan harapan dapat merangsang daya cipta peserta dalam merumuskan gagasan bisnis. Bahkan dengan modal terbatas, seperti dari uang saku harian, mereka didorong untuk memanfaatkan barang-barang yang ada di lingkungan sekitar sebagai bahan produksi. Program ini juga membekali mereka dengan pemahaman tentang penggunaan teknologi digital, khususnya platform *e-commerce*, secara bertanggung jawab dan sesuai dengan usia mereka, agar dapat mengelola usaha secara modern dan efektif. Platform yang dikembangkan ini diharapkan mampu mendorong peningkatan daya saing produk melalui inovasi, sekaligus memberikan peluang yang lebih luas bagi perajin lokal dalam mengakses pasar. Dengan begitu, program ini tidak hanya berkontribusi pada penguatan ekonomi lokal, tetapi juga mendukung pertumbuhan ekonomi nasional. Keberhasilannya diukur bukan hanya dari jumlah peserta, tetapi juga dari kualitas ide kreatif yang dihasilkan serta dampak sosial, ekonomi, dan digital—terutama melalui media sosial dan *e-commerce*—bagi pelaku usaha pemula.

Kata Kunci: Inovasi Produk; UMKM; Pengrajin Lokal; E-commerce; Platform Digital Kolaboratif;

Abstract

This research focuses on designing and developing a collaborative digital platform aimed at connecting micro, small, and medium enterprises (MSMEs) with local artisans, in order to encourage the creation of innovative products. The initiative targets not only high school students, university students, and the general public, but also involves junior high school students so they can begin to understand and participate in

entrepreneurship from an early age. Through this Community Service Program (PKM), junior high school students are given the opportunity to explore their creativity and learn how to build small-scale businesses. The approach used is interactive and idea-exchange-based, with the intention of stimulating participants' creativity in generating business concepts. Even with minimal capital—such as their daily allowance—they are encouraged to utilize items found in their surroundings as raw materials for production. The program also equips them with knowledge on the responsible and age-appropriate use of digital technologies, particularly e-commerce platforms, so they can manage their businesses in a modern and effective way. The developed platform is expected to enhance product competitiveness through innovation, while also providing broader market access for local artisans. In doing so, the program contributes not only to strengthening the local economy but also to supporting national economic growth. Its success is measured not only by the number of participants involved but also by the quality of creative ideas produced and the social, economic, and digital impacts—especially through social media and e-commerce—for beginner entrepreneurs.

Keywords: *Product Innovation; MSMEs; Local Artisans; E-commerce; Collaborative Digital Platform;*

PENDAHULUAN

Perkembangan teknologi digital yang pesat dalam beberapa dekade terakhir telah membawa perubahan mendasar dalam berbagai aspek kehidupan, terutama di sektor ekonomi dan bisnis. Pemanfaatan media digital seperti e-commerce dan platform media sosial kini menjadi strategi utama dalam memperluas pangsa pasar, meningkatkan efisiensi bisnis, serta menjangkau konsumen dalam skala yang lebih luas. Menurut hasil penelitian yang dilakukan oleh Putri dan Ramadhan (2023), penggunaan platform e-commerce seperti Tokopedia secara signifikan berkontribusi terhadap peningkatan penjualan UMKM di era digital, menunjukkan pentingnya integrasi teknologi dalam praktik bisnis modern.

Di tengah arus transformasi digital ini, generasi muda, khususnya siswa tingkat Sekolah Menengah Pertama (SMP), perlu dibekali dengan pengetahuan dasar dan keterampilan praktis mengenai kewirausahaan digital. Hal ini penting agar mereka dapat beradaptasi dan berperan aktif dalam ekonomi berbasis teknologi di masa mendatang. Sayangnya, realitas di lapangan

menunjukkan bahwa sebagian besar pelajar belum memiliki akses yang cukup terhadap informasi maupun pengalaman langsung dalam dunia usaha digital. Oleh karena itu, diperlukan pendekatan edukatif yang bersifat aplikatif untuk memperkenalkan konsep bisnis berbasis digital sejak dini.

Sebagai salah satu bentuk intervensi yang bertujuan untuk menjembatani kesenjangan tersebut, kegiatan pengabdian kepada masyarakat dilaksanakan di SMP Yayasan Anugerah Abadi yang berlokasi di Jl. Benda Raya, Jl. Madrasah No. 41, RT 08/RW 01, Pondok Benda, Kecamatan Pamulang, Kota Tangerang Selatan, Provinsi Banten, pada tanggal 20 Mei 2025. Sasaran utama dari kegiatan ini adalah 48 siswa dari kelas 7 dan 8 yang mengikuti pelatihan secara langsung.

Program ini bertujuan untuk memberikan pelatihan sekaligus pendampingan terkait strategi dalam menjalankan usaha berbasis digital. Materi pelatihan mencakup pemanfaatan platform e-commerce, strategi pemasaran melalui media sosial, serta simulasi pembuatan produk sebagai bagian dari pembelajaran kewirausahaan. Dengan pendekatan yang interaktif dan berbasis

praktik, peserta dilibatkan secara langsung dalam proses pembukaan akun digital, unggah produk, dan strategi promosi online. Harapannya, program ini mampu membekali pelajar dengan pengetahuan dasar serta mendorong minat mereka untuk mengembangkan potensi diri dalam ranah wirausaha digital sejak usia dini

METODE PELAKSANAAN

Pelaksanaan kegiatan pengabdian kepada masyarakat ini bertempat di Sekolah Menengah Pertama (SMP) Yayasan Anugerah Abadi, yang berlokasi 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. Kegiatan dilaksanakan pada tanggal 20 Mei 2025, dan difokuskan pada siswa kelas 7 dan 8 sebagai peserta utama dalam program ini.

Pelaksanaan kegiatan menggunakan metode pelatihan berbasis kelompok dan pendampingan langsung, yang dirancang untuk menggabungkan pelajar dengan

pelaku UMKM dalam menciptakan produk yang memiliki nilai inovatif. Program dimulai dengan sesi penyampaian materi yang membahas konsep dasar strategi bisnis digital, terutama pemanfaatan platform *e-commerce* dan media sosial dalam aktivitas pemasaran dan operasional bisnis.



(GAMBAR 1. Penjelasan mengenai pembuatan platform digital)

Dalam sesi awal, peserta dikenalkan dengan struktur model bisnis digital, serta potensi sinergi antara pelajar dan UMKM lokal dalam menciptakan produk komersial. Materi yang disampaikan juga mencakup pemahaman tentang alur kerja bisnis digital, peluang kolaborasi yang kreatif, serta tantangan yang mungkin muncul di tengah perkembangan ekosistem digital.

Setelah memperoleh teori dasar, peserta dibagi ke dalam kelompok kecil untuk

mengikuti kegiatan praktik langsung, yang melibatkan pembuatan produk sederhana sebagai hasil kerja sama. Produk ini menjadi media simulasi bagi pelajar untuk memahami bagaimana barang dipasarkan melalui berbagai platform digital, seperti Tokopedia, Shopee, serta media sosial seperti Instagram dan TikTok.

Pada tahap berikutnya, peserta mendapatkan bimbingan teknis tentang cara membuat akun *e-commerce*, yang mencakup proses registrasi, unggah produk, penulisan deskripsi yang menarik, serta pengaturan harga jual. Materi tambahan juga diberikan mengenai strategi pemasaran digital dasar, meliputi penggunaan konten visual yang efektif, teknik hashtag, dan pengelolaan komunikasi dengan calon pembeli melalui media sosial.

Melalui rangkaian kegiatan ini, peserta diharapkan tidak hanya memperoleh wawasan teoritis mengenai kewirausahaan digital, tetapi juga pengalaman praktis dalam menjalankan usaha berbasis teknologi dan kolaboratif. Model pelatihan ini mengusung penerapan platform digital sebagai sarana pembelajaran kontekstual yang relevan dengan perkembangan

ekonomi kreatif dan wirausaha digital abad ke-21.

HASIL DAN PEMBAHASAN

Kegiatan pengabdian kepada masyarakat ini dilaksanakan sebagai upaya nyata dalam mendukung pengembangan sebuah platform digital yang bertujuan untuk memperluas jangkauan promosi dan pemasaran produk-produk lokal. Program ini dirancang untuk mendorong percepatan digitalisasi pada sektor UMKM, membuka akses terhadap peluang ekonomi baru, sekaligus menumbuhkan semangat kewirausahaan di kalangan pelajar dan masyarakat secara umum.

Dari hasil observasi awal, ditemukan bahwa mayoritas peserta belum memiliki pemahaman yang memadai terkait konsep bisnis digital dan penggunaan platform *e-commerce*. Banyak dari mereka belum memahami secara utuh definisi kewirausahaan digital, strategi promosi berbasis media daring, serta belum menyadari potensi ekonomi dari transformasi digital. Hal ini menunjukkan pentingnya pendekatan pembelajaran yang

terstruktur, praktis, dan kontekstual agar peserta mampu mengikuti dinamika bisnis digital dengan lebih baik.

Seiring pelaksanaan sesi pelatihan yang bersifat interaktif, terjadi peningkatan yang signifikan dalam tingkat pemahaman peserta. Mereka mulai aktif berdiskusi, memberikan tanggapan terhadap materi yang disampaikan, dan mengemukakan ide-ide terkait peluang bisnis yang dapat dimanfaatkan di lingkungan sekitarnya. Partisipasi aktif ini menjadi indikator awal terbentuknya pola pikir kewirausahaan digital yang berbasis potensi lokal.

Fokus utama dari program ini terletak pada dua aspek, yaitu keterlibatan peserta dalam proses pembuatan produk kreatif serta pemanfaatan platform digital sebagai media promosi yang terintegrasi. Platform yang dikembangkan tidak hanya menjadi sarana pemasaran, tetapi juga berperan sebagai alat edukasi dan komunikasi antar pelaku UMKM, sekaligus sebagai ruang kolaborasi yang dapat memperkuat jejaring usaha.

Dari hasil kegiatan, terlihat bahwa siswa mampu menghasilkan produk-produk kreatif yang layak jual serta memiliki

keterampilan dasar dalam menggunakan platform digital untuk memasarkan produk tersebut. Platform ini dirancang dengan fitur-fitur fungsional seperti tampilan katalog produk, sistem pemesanan online, serta konektivitas langsung ke media sosial. Selain itu, tersedia pula fitur edukatif yang memberikan informasi seputar kewirausahaan dan pengelolaan usaha secara mandiri.

Dampak awal dari kegiatan ini menunjukkan peningkatan kreativitas dalam pengembangan produk, serta meningkatnya minat peserta untuk memulai usaha digital, terutama di kalangan pelajar dan pelaku UMKM pemula. Selain itu, kualitas produk dari segi kemasan, desain, dan daya tarik visual juga mengalami peningkatan. Peserta juga memperoleh pemahaman yang lebih baik mengenai proses pengembangan produk yang berorientasi pada kebutuhan pasar.

Program ini juga membuka peluang kerja sama lebih lanjut dengan pihak eksternal seperti komunitas digital, sektor industri, serta pemerintah daerah dalam rangka mendukung pengembangan kewirausahaan lokal. Untuk mengukur efektivitas platform

digital, digunakan beberapa parameter seperti jumlah pengguna aktif, konversi penjualan, serta kecepatan proses produksi dan distribusi.

Secara keseluruhan, kegiatan ini tidak hanya berhasil sebagai media edukasi dan pelatihan, tetapi juga berpotensi menjadi model percontohan dalam pengembangan ekosistem kewirausahaan digital berbasis kolaborasi antara UMKM dan pelajar, yang dapat direplikasi di wilayah lain untuk mendukung pertumbuhan ekonomi berbasis inovasi dan teknologi

KESIMPULAN

Kegiatan pengabdian kepada masyarakat yang mengadopsi pendekatan kolaboratif antara siswa dan pelaku UMKM melalui pemanfaatan platform digital telah menunjukkan hasil yang berdampak positif dan bermakna. Melalui tahapan pelatihan, pendampingan, serta kegiatan praktik secara langsung, para peserta—terutama pelajar tingkat SMP—mampu memahami dengan jelas konsep dasar kewirausahaan berbasis digital, strategi usaha yang memanfaatkan teknologi, dan pentingnya

inovasi produk yang relevan dengan permintaan pasar.

Platform digital yang dikembangkan selama program ini tidak hanya digunakan sebagai media promosi, tetapi juga difungsikan sebagai wahana edukatif dan sarana interaksi antara peserta. Platform ini berkontribusi terhadap peningkatan kemampuan teknis siswa, seperti pembuatan akun *e-commerce*, strategi pemasaran melalui media sosial, hingga manajemen produk digital. Keterlibatan pelajar dalam proses simulasi usaha digital melalui kreasi dan promosi produk terbukti efektif dalam menanamkan jiwa kewirausahaan sejak dini.

Dari perspektif UMKM, kegiatan ini memberikan kesempatan untuk memperluas pasar melalui sinergi kreatif dengan pelajar serta optimalisasi pemanfaatan teknologi digital. Secara keseluruhan, program ini membuktikan bahwa pendekatan edukasi yang aplikatif dan relevan dengan konteks lokal dapat menjadi fondasi penting dalam membangun lingkungan kewirausahaan digital berbasis komunitas. Model kegiatan semacam ini memiliki potensi besar untuk diterapkan di

wilayah lain guna mendukung pertumbuhan ekonomi lokal berbasis inovasi dan teknologi digital

UCAPAN TERIMA KASIH

Kami menyampaikan penghargaan yang tulus kepada Sekolah Menengah Pertama (SMP) Yayasan Anugerah Abadi atas kesempatan serta dukungan penuh yang diberikan dalam pelaksanaan kegiatan pengabdian kepada masyarakat ini. Rasa terima kasih juga kami sampaikan kepada kepala sekolah, para guru, dan seluruh staf sekolah yang telah memberikan bantuan dan dukungan demi kelancaran kegiatan sejak awal hingga selesai.

Apresiasi khusus kami tujukan kepada siswa-siswi kelas 7 dan 8 yang telah menunjukkan partisipasi aktif serta antusiasme tinggi dalam setiap sesi pelatihan dan kegiatan praktik. Semangat mereka dalam mengikuti rangkaian kegiatan dan keinginan kuat untuk mencoba hal-hal baru menjadi energi positif bagi tim pelaksana dalam menyampaikan materi secara maksimal.

Kami juga mengucapkan terima kasih atas kerja sama dari berbagai pihak yang telah berkontribusi, baik dalam bentuk dukungan moral, penyediaan fasilitas, maupun bantuan logistik. Kami berharap kegiatan ini membawa dampak positif yang berkelanjutan bagi para peserta, serta menjadi langkah awal dalam membentuk jiwa kewirausahaan digital sejak dini.

Semoga kegiatan pengabdian ini dapat menjadi bagian kecil dari kontribusi nyata dalam menyiapkan generasi muda yang kreatif, mandiri, dan siap bersaing di era transformasi digital. Kami juga berharap kolaborasi yang telah terjalin dapat terus berlanjut dan berkembang melalui program-program serupa di masa mendatang.



(GAMBAR 2. Foto Bersama dengan murid dan guru Yayasan Anugerah Abadi)

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.

Putri, A. D., & Ramadhan, F. A. (2023). Analisis Pemanfaatan E-Commerce Tokopedia dalam Meningkatkan Penjualan UMKM di Era Digital. *Jurnal Ekonomi Digital dan Inovasi*, 5(2), 112–125.

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.