

PEMBERDAYAAN KELOMPOK WIRAUSAHA DALAM PEMANFAATAN TEKNOLOGI E-BISNIS UNTUK PENGEMBANGAN USAHA

Jimmy Paulino Ginting Putra^{a,1}, Fitria Eka Ningsih^{b,2}, Reno Virlandana^{c,3}

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

¹dosen02198@unpam.ac.id; ²dosen01080@unpam.ac.id ; ³dosen02138@unpam.ac.id

*dosen02198@unpam.ac.id

Abstrak

Desa Suka Negara memiliki potensi usaha mikro, kecil dan menengah yang beragam, namun pemanfaatan teknologi digital dalam pengembangan usaha masih rendah. Pelaku usaha menghadapi berbagai kendala, seperti keterbatasan literasi digital, akses modal, infrastruktur internet, serta kemampuan pemasaran dan branding online. Kegiatan Pengabdian kepada Masyarakat ini bertujuan untuk meningkatkan kapasitas digital wirausahawan, memperkuat pemahaman pengelolaan modal, serta mendorong pemanfaatan teknologi e-bisnis dalam pemasaran produk lokal. Metode pelaksanaan meliputi pelatihan literasi digital, pendampingan penggunaan marketplace dan media sosial, bimbingan pengelolaan keuangan usaha, serta praktik pembuatan konten dan pengemasan produk. Hasil kegiatan menunjukkan peningkatan keterampilan mitra dalam menggunakan platform e-bisnis, pengelolaan usaha yang lebih rapi, serta kemampuan promosi digital yang lebih efektif. Mitra juga mulai menerapkan strategi branding sederhana yang berdampak pada meningkatnya interaksi konsumen. Kesimpulannya, transformasi digital UMKM desa dapat berjalan lebih optimal melalui pelatihan terstruktur dan pendampingan intensif. Saran dari kegiatan ini adalah perlunya pelatihan lanjutan, penguatan kerja sama multi-pihak, dan dukungan infrastruktur digital untuk mendukung keberlanjutan usaha berbasis teknologi.

Kata Kunci: strategi; digital; teknologi

Abstract

Suka Negara Village has diverse micro and small business potentials; however, the use of digital technology in business development remains limited. Entrepreneurs face several challenges, including low digital literacy, limited access to capital, inadequate internet infrastructure, and weak online marketing and branding capabilities. This Community Service Program aims to enhance the digital capacity of local entrepreneurs, strengthen their understanding of capital management, and encourage the utilization of e-business technology for promoting local products. The methods applied include digital literacy training, mentoring on the use of marketplaces and social media, guidance on business financial management, and hands-on practice in content creation and product packaging. The results indicate improved skills among participants in using e-business platforms, more organized business management, and more effective digital promotion capabilities. Partners also began applying simple branding strategies that increased consumer engagement. In conclusion, digital transformation among village-based MSMEs can be optimized through structured

training and intensive mentoring. Recommendations include providing advanced training, strengthening multi-stakeholder collaboration, and improving digital infrastructure support to ensure the sustainability of technology-based businesses.

Keywords: strategy; digital; technology

PENDAHULUAN

Usaha mikro, kecil dan menengah (UMKM) merupakan sektor yang memiliki kontribusi signifikan terhadap pertumbuhan ekonomi nasional, terutama di wilayah pedesaan. UMKM tidak hanya berperan dalam meningkatkan pendapatan masyarakat, tetapi juga dalam menciptakan lapangan kerja, mendorong kemandirian ekonomi, serta memperkuat struktur ekonomi lokal. Desa Suka Negara merupakan salah satu desa dengan potensi UMKM yang cukup berkembang, mencakup bidang kerajinan tangan, pangan olahan, dan usaha jasa. Keanekaragaman usaha yang tumbuh secara organik ini menunjukkan adanya landasan yang kuat bagi pengembangan ekonomi berbasis komunitas yang berkelanjutan.

Dalam beberapa tahun terakhir, perkembangan teknologi digital telah membuka peluang baru bagi pelaku usaha, khususnya melalui kehadiran platform e-bisnis seperti *online marketplace*, media sosial, serta layanan digital yang mendukung aktivitas pemasaran dan transaksi. Pemanfaatan teknologi digital terbukti dapat meningkatkan efisiensi operasional, memperluas jangkauan pemasaran tanpa batas geografis, serta memberikan akses yang lebih mudah terhadap konsumen baru. Transformasi digital bahkan menjadi salah

satu kunci daya saing UMKMM pada era ekonomi digital, di mana kemampuan adaptasi terhadap teknologi menjadi faktor penentu keberhasilan usaha. Dalam konteks pemberdayaan kelompok wirausaha, pemanfaatan teknologi e-bisnis dapat menjadi katalisator pertumbuhan usaha, karena memungkinkan kelompok untuk berbagi sumber daya, informasi, dan pengalaman secara kolektif, serta membangun ekosistem usaha yang saling mendukung. (Moridu et al., 2023)

Namun demikian, potensi besar tersebut belum sepenuhnya dapat dimanfaatkan oleh pelaku UMKM di Desa Suka Negara. Berbagai kendala masih menjadi penghambat, antara lain rendahnya literasi digital pelaku usaha, keterbatasan pengetahuan tentang penggunaan platform e-bisnis, dan kurangnya pemahaman mengenai strategi pemasaran digital yang efektif. Infrastruktur internet yang belum optimal juga menjadi kendala teknis yang turut memperlambat proses digitalisasi usaha. Selain itu, minimnya kemampuan dalam pengelolaan modal, pencatatan keuangan, serta rendahnya kepercayaan terhadap transaksi online masih menjadi tantangan yang harus diatasi secara sistematis. Hal ini menunjukkan adanya kesenjangan antara peluang digital yang tersedia dengan

kapasitas aktual pelaku usaha dalam memanfaatkannya.

Keterbatasan pendampingan dari pemerintah desa, dinas koperasi, maupun lembaga pendukung lainnya turut menjadi faktor yang menyebabkan lambatnya transformasi digital UMKM desa. Padahal, proses digitalisasi tidak cukup hanya dengan menyediakan pelatihan sesekali, tetapi membutuhkan pendekatan berkelanjutan yang mencakup edukasi, pendampingan langsung, serta dukungan terhadap penguatan infrastruktur dan akses permodalan. Tanpa adanya intervensi yang terarah, potensi digital UMKM di desa berisiko tidak berkembang secara optimal dan bahkan tertinggal dari arus perkembangan ekonomi digital nasional.

Melihat tantangan tersebut, diperlukan program pemberdayaan yang dirancang secara komprehensif untuk meningkatkan kapasitas digital pelaku UMKM, memperkuat kemampuan manajerial, serta memfasilitasi pemanfaatan teknologi e-bisnis secara efektif. Dalam konteks pemberdayaan, kelompok wirausaha diberi kesempatan untuk mengidentifikasi potensi, merancang strategi, serta mengelola sumber daya secara kolektif untuk mencapai tujuan bersama.(Binur et al., 2024). Program pemberdayaan juga perlu mengintegrasikan pelatihan literasi digital, pendampingan penggunaan marketplace,

strategi branding dan pengemasan produk, serta edukasi mengenai pengelolaan modal.

Selain itu, pengembangan jaringan kemitraan dengan pemerintah daerah, lembaga pendamping UMKMM, dan penyedia layanan digital merupakan aspek penting dalam mendukung keberhasilan transformasi digital UMKM. Dengan pendekatan yang terencana, kolaboratif, dan berkelanjutan, pengembangan usaha dapat menjadi solusi strategis dalam membangun ekosistem usaha yang kuat dan mandiri.(Yuandina, 2022)

Dengan pendekatan tersebut, kegiatan Pengabdian kepada Masyarakat ini disusun untuk menjawab kebutuhan mitra secara langsung dan relevan. Program ini diharapkan mampu meningkatkan kemampuan pelaku usaha dalam memanfaatkan teknologi digital secara berkelanjutan, memperkuat daya saing produk lokal, dan pada akhirnya meningkatkan kesejahteraan masyarakat Desa Suka Negara melalui penguatan ekosistem ekonomi digital yang inklusif dan berdaya saing.

METODE PELAKSANAAN

Pengabdian kepada masyarakat dilakukan di Desa Suka Negara, Kecamatan Jonggol, Kabupaten Bogor, Jawa Barat, pada Jumat, 24 Oktober 2025. Kegiatan Pengabdian kepada Masyarakat ini melalui serangkaian tahapan sebagai berikut:

- a. Identifikasi dan analisis kebutuhan mitra.
Proses ini dilakukan melalui observasi lapangan, wawancara, dan pengisian instrumen analisis kebutuhan. Tahap identifikasi ini menjadi landasan utama dalam merancang kegiatan berikutnya agar sesuai dengan kapasitas dan karakteristik mitra.
- b. Pelatihan dan pendampingan dalam bidang produksi, manajemen, dan pemasaran. Pelatihan disusun menggunakan metode *experiential learning*, yaitu pendekatan belajar melalui pengalaman langsung. Pendekatan pelatihan yang interaktif ini memastikan bahwa mitra dapat memahami dan mempraktikkan keterampilan yang diberikan secara langsung. Metode pelatihan kemudian diperkuat melalui pendampingan intensif, yang merupakan bagian inti dari metode kegiatan. Pendampingan dilakukan secara *hybrid* melalui kunjungan lapangan dan komunikasi daring.
- c. Implementasi solusi berbasis e-bisnis
Di mana seluruh keterampilan yang telah dipelajari diimplementasikan secara langsung dalam usaha mitra. Tahap ini menggunakan metode *action-oriented approach*, yaitu pendekatan yang menekankan pada tindakan nyata dan hasil konkret.
- d. Evaluasi hasil kegiatan
Dilakukan dengan menggunakan pendekatan evaluasi formatif dan sumatif. Evaluasi formatif dilakukan sepanjang proses pelaksanaan program untuk memantau perkembangan mitra dan memastikan bahwa kegiatan berjalan sesuai rencana. Monitoring dilakukan melalui pengamatan langsung, analisis perubahan keterampilan, serta penilaian terhadap kemajuan implementasi e-bisnis. Sementara evaluasi sumatif dilakukan pada akhir kegiatan melalui *pre-test* dan *post-test*, umpan balik peserta, serta analisis performa media sosial dan *marketplace*.
- e. Perencanaan keberlanjutan program, yang menjadi bagian penting dari metode kegiatan untuk memastikan bahwa dampak program tidak berhenti pada akhir pelaksanaan. Metode keberlanjutan mencakup pembentukan grup pendampingan digital, penyediaan modul e-bisnis yang dapat dipelajari secara mandiri, serta rencana pendampingan lanjutan secara periodik. Selain itu, tim merancang pola kolaborasi dengan lembaga UMKM daerah agar mitra mendapatkan dukungan tambahan dalam pengembangan usaha.

HASIL DAN PEMBAHASAN

Pelaksanaan kegiatan Pengabdian kepada Masyarakat (PKM) dalam pemberdayaan wirausaha Desa Suka Negara melalui pemanfaatan teknologi e-bisnis menunjukkan hasil yang signifikan dalam peningkatan kapasitas digital, manajerial, dan pemasaran para pelaku usaha. Program yang dilaksanakan melalui lima tahapan identifikasi kebutuhan, pelatihan, pendampingan, implementasi, evaluasi, dan perencanaan keberlanjutan mendorong terjadinya transformasi nyata pada mitra.

Tahap identifikasi kebutuhan memberikan pemahaman mendalam mengenai kondisi riil mitra. Temuan menunjukkan bahwa hambatan terbesar bukan hanya kurangnya modal, tetapi rendahnya literasi digital dan manajemen usaha. Proses ini membuat mitra lebih reflektif dan menyadari urgensi transformasi digital sebagai strategi pengembangan usaha. Tahap ini juga memperkuat komitmen mitra karena mereka merasa dilibatkan secara aktif.

Pelatihan berbasis praktik langsung menjadi bagian yang paling berdampak. Peserta menunjukkan peningkatan kemampuan dalam menjaga kualitas produksi, mengelola stok, melakukan pencatatan keuangan digital, serta menerapkan strategi harga yang tepat. Pada aspek pemasaran digital, mitra mulai

memahami pentingnya *visual branding*, pembuatan konten, dan pemanfaatan fitur media sosial seperti *caption*, *storytelling*, serta pengaturan toko. Perubahan ini terlihat dari meningkatnya kualitas foto, konten, dan interaksi media sosial.

Implementasi solusi e-bisnis menghasilkan perubahan konkret. Mitra mampu membuat akun bisnis di marketplace, menyusun katalog digital, menggunakan *WhatsApp Business*, dan menerapkan layanan pelanggan yang lebih profesional. Beberapa mitra bahkan mulai memperoleh pelanggan baru dari luar daerah. Hal ini menunjukkan bahwa mereka dapat menerapkan keterampilan baru secara mandiri.

Evaluasi kegiatan menunjukkan peningkatan pengetahuan 70–85% pada literasi digital, pemasaran, dan manajemen usaha. Namun, tantangan seperti perangkat terbatas dan akses internet yang kurang stabil masih muncul. Meski demikian, peningkatan kepercayaan diri mitra menjadi salah satu capaian terpenting. Mereka kini lebih berani mencoba teknologi baru dan mengevaluasi strategi pemasaran secara mandiri.

Pembahasan menunjukkan bahwa keberhasilan program dipengaruhi oleh pendekatan bottom-up, metode pelatihan berbasis praktik, pendampingan intensif, dan komunikasi dua arah. Secara keseluruhan, program ini terbukti efektif dalam mendorong

transformasi digital UMKM desa dan memberikan fondasi kuat untuk pengembangan usaha yang lebih mandiri dan berkelanjutan.

KESIMPULAN

Kegiatan Pengabdian kepada Masyarakat ini menunjukkan bahwa pemanfaatan teknologi e-bisnis mampu meningkatkan kapasitas digital dan manajerial wirausaha mitra secara signifikan. Pelatihan dan pendampingan yang diberikan membuat mitra yang awalnya memiliki literasi digital terbatas kini mampu menggunakan marketplace, memproduksi konten promosi, mengelola pencatatan keuangan digital, serta memanfaatkan *WhatsApp Business* sebagai sarana komunikasi profesional. Program ini juga memberikan dampak positif berupa meningkatnya kepercayaan diri, kualitas pengelolaan usaha, dan efektivitas pemasaran digital. Keberhasilan kegiatan ini menegaskan bahwa transformasi digital UMKM memerlukan pendampingan terstruktur, kolaboratif, dan berkelanjutan. Ke depan, mitra perlu terus menerapkan keterampilan digital yang telah dipelajari serta memperluas jejaring usaha melalui promosi bersama dan kolaborasi antar-UMKM. Perguruan tinggi disarankan melanjutkan program melalui pelatihan tingkat menengah dan pendampingan

lanjutan agar keberlanjutan transformasi digital mitra dapat terjaga..

REFERENSI

- Binur, R. E., Lamba, M. A., Ramandei, L., Tommi, T., Samosir, R. K., Sudiro, S., Kendi, I. K., & Wairata, J. (2024). Pemberdayaan Masyarakat Berbasis Kewirausahaan di Kampung Nolakla Distrik Sentani Timur Kabupaten Jayapura. 5.
- Moridu, I., Doloan, A., & Posumah, N. H. (2023). Pemberdayaan Masyarakat Melalui Inovasi Sosial dan Kewirausahaan Sosial dalam Menangani Masalah Sosial. 2(01), 42–53. <https://doi.org/10.58812/ejecs.v2i01>
- Yuandina, S. (2022). KEWIRAUSAHAAN SOSIAL DALAM PEMBERDAYAAN MASYARAKAT. 4(2), 135–147.
- Paramitasari, N. (2023). Penerapan UMKM Go Digital pada Usaha Dapoer Bunda di Desa Sukanegara. Jurnal Pengabdian Masyarakat. DOI: 10.30873/jppm. v5i1.3784.
- Min Fadlillah, A., Fadila, A., & Husniati, R. (2021). Pembinaan Kapasitas Manajemen UMKM Go Digital di Kabupaten Bogor. Madaniya, Vol. 2, No. 4. ISSN 2721-4834.
- Rahim, D. A., & Puryandani, S. (2025). Pendampingan dan Pelatihan Digital Marketing untuk Peningkatan Pendapatan Pelaku UMKM Kota Bogor. Jurnal Abdi Masyarakat Indonesia, 5(1), 73-80. <https://doi.org/10.54082/jamsi.1544>.

- Utami, I. P., Zulhijah, M. P. S., & Doriani, D. (2023). Optimalisasi Digital Marketing dan Pengembangan Kemasan pada UMKM Mak Mirwan di Desa Talang Nangka, Kabupaten Muara Enim. *Jurnal Pengabdian Masyarakat Indonesia*.
- Girsang, & Riski. (2023). Peran Media Sosial dalam Strategi Pemasaran Produk UMKM. *Jurnal Santri*, 113-128.
- Ulayya, F. (2024). Strategi Digitalisasi dalam Mendukung UMKM Produk Lokal: Studi Kasus Desa Suka Negara. *DIMASEKA: Jurnal Pengabdian Kepada Masyarakat*, 2(02), 58-65.
- Nurmutia, S. (2024). Pemberdayaan Masyarakat Desa Tegal Bogor melalui Pemanfaatan Digital Marketing untuk Mencari Peluang Bisnis. *Jurnal PKM Manajemen*.
- Kompas.com. (2022). Sekjen Asosiasi UMKM: 70-80% UMKM Melek Digital. <https://umkm.kompas.com/read/2022/11/29/121100483/sekjen-asosiasi-umkm--70-80-persen-umkm-indonesia-belum-melek-digital>. Diakses pada 25 Maret 2025
- Institute for Development of Economics & Finance (INDEF). (2024). PERAN PLATFORM DIGITAL TERHADAP PENGEMBANGAN UMKM DI INDONESIA
- Mawuntu, P. S. T., & Aotama, R. C. (2023). Analisis Faktor Penghambat Pertumbuhan UMKM Kota Tomohon di Era New Normal. *Jurnal Ekobistek*, 12(1), 466–472. <https://doi.org/10.35134/ekobistek.v12i1.409>