

KEGIATAN PEMANFAATAN TEKNOLOGI DIGITAL UNTUK PROMOSI DAN PENGEMBANGAN UMKM DESA BREBEK WARU SIDOARJO

Muhammad Yusron Maulana El-Yunusi^{1*}, Mirza Elmy Safira², Zidni Akholik Almaghfiroh³, Nadia Wulidar Rohmah⁴

^{1,2,3,4}Universitas Sunan Giri Surabaya, Indonesia

*e-mail korespondensi: yusronmaulana@unsuri.ac.id

Info Artikel

Diajukan: 21-12-2025

Diterima: 21-12-2025

Diterbitkan: 24-12-2025

Keyword:

Micro, Small, and Medium Enterprises (MSMEs), Technology Utilization, Digitalization

Kata Kunci:

UMKM, Pemanfaatan Teknologi, Digitalisasi, Pemasaran Digital

Lisensi:

cc-by-sa

Abstract

Micro, Small, and Medium Enterprises (MSMEs) play a strategic role in the Indonesian economy; however, they continue to face various challenges, particularly in the utilization of digital technology for marketing and business development. Most MSME actors in Brebek Village, Waru District, Sidoarjo Regency still rely on traditional marketing methods, resulting in limited competitiveness and market reach. This community service activity aimed to empower MSME actors through the utilization of digital technology to enhance business promotion, competitiveness, and income. The method employed was the Asset-Based Community Development (ABCD) approach, which emphasizes the utilization of local assets and community potential. The activity was conducted over two days and included observation, interviews, digital literacy education, and mentoring on the creation of promotional content using the Canva application, as well as the utilization of social media platforms such as Instagram and WhatsApp. The results indicate an improvement in the understanding and skills of MSME actors in using digital technology for business promotion. MSME participants were able to independently create promotional posters and began utilizing social media to reach a wider market. This activity had a positive impact on increasing business visibility and the potential for increased MSME sales. Nevertheless, limitations related to time, devices, and internet access remain challenges that need to be addressed in future implementations. Overall, this activity contributes to enhancing the digital readiness of MSMEs and supports the strengthening of the local economy in Brebek Village.

Abstrak

Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah (UMKM) memiliki peran strategis dalam perekonomian Indonesia, namun masih menghadapi berbagai tantangan, terutama dalam pemanfaatan teknologi digital untuk pemasaran dan pengembangan usaha. Pelaku UMKM di Desa Brebek, Kecamatan Waru, Kabupaten Sidoarjo, sebagian besar masih mengandalkan metode pemasaran tradisional sehingga daya saing dan jangkauan pasar mereka terbatas. Kegiatan pengabdian kepada masyarakat ini bertujuan untuk memberdayakan pelaku UMKM melalui pemanfaatan teknologi digital sebagai upaya meningkatkan promosi, daya saing, dan pendapatan usaha. Metode yang digunakan adalah pendekatan Asset Based Community Development (ABCD), yang menekankan pada pemanfaatan aset dan potensi lokal yang dimiliki masyarakat. Kegiatan dilaksanakan selama dua hari, meliputi observasi, wawancara, edukasi literasi digital, serta pendampingan pembuatan konten promosi menggunakan aplikasi Canva dan pemanfaatan media sosial seperti Instagram dan WhatsApp. Hasil kegiatan menunjukkan adanya peningkatan pemahaman dan keterampilan pelaku UMKM dalam menggunakan teknologi digital untuk promosi usaha. Pelaku UMKM mampu membuat poster promosi secara mandiri dan mulai memanfaatkan media sosial untuk menjangkau pasar yang lebih luas. Kegiatan ini memberikan dampak positif terhadap peningkatan visibilitas usaha dan potensi peningkatan penjualan UMKM. Meskipun demikian, keterbatasan waktu, perangkat, dan akses internet masih menjadi kendala yang perlu diperhatikan dalam pelaksanaan kegiatan selanjutnya. Secara keseluruhan, kegiatan ini berkontribusi dalam meningkatkan kesiapan digital UMKM dan mendukung penguatan ekonomi lokal di Desa Brebek.

PENDAHULUAN

Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah (UMKM) merupakan sektor yang mempunyai peran penting dalam perekonomian Indonesia. Berdasarkan data Kementerian Koperasi dan Usaha Kecil dan Menengah (Kemenkop UKM), UMKM menyumbang lebih dari 60% Produk Domestik Bruto (PDB) nasional serta menyerap sekitar 97% tenaga kerja di Indonesia (Kemenkop UKM, 2022). Namun, walaupun memiliki kontribusi yang besar, UMKM di Indonesia masih memiliki berbagai tantangan, salah satunya adalah terbatasnya pemanfaatan teknologi digital dalam mendukung pengembangan usaha mereka (Yamani et al., 2019).

Dalam era digitalisasi yang semakin berkembang pesat, teknologi informasi dan komunikasi banyak merubah model penjualan secara signifikan. Pemasaran digital, e-commerce, serta memanfaatan media sosial menjadi faktor kunci dalam meningkatkan daya saing UMKM (Setiawan & Haryanto, 2021). Namun, masih banyak UMKM yang belum mampu menggunakan teknologi digital dengan baik karena terbatasnya pengetahuan, keterampilan, maupun akses terhadap infrastruktur teknologi. Salah satu wilayah yang memiliki potensi besar dalam pengembangan UMKM adalah Desa Brebek, Kecamatan Waru, Kabupaten Sidoarjo. Desa ini terletak di kawasan industri strategis yang berdekatan dengan Kota Surabaya, oleh karena itu menjadikannya lokasi yang potensial bagi pertumbuhan UMKM. Namun, berdasarkan observasi awal, banyak pelaku UMKM di Desa Brebek yang masih mengandalkan metode pemasaran tradisional, seperti penjualan langsung dan promosi dari mulut ke mulut, yang kurang efektif dalam menghadapi persaingan bisnis yang semakin ketat. Oleh karena itu, diperlukan intervensi dalam bentuk pengabdian masyarakat untuk meningkatkan pemanfaatan teknologi digital bagi pelaku UMKM di desa ini. Desa Brebek merupakan bagian dari Kecamatan Waru yang memiliki jumlah penduduk lebih dari 190.000 jiwa. Kecamatan ini dikenal sebagai kawasan industri dengan mempunyai banyak perusahaan manufaktur dan UMKM yang aktif di berbagai bidang, seperti kerajinan, makanan dan minuman, serta tekstil. Namun, meskipun berada di lingkungan industri yang berkembang, masih banyak UMKM di Desa Brebek yang belum memiliki daya saing tinggi akibat kurangnya pemanfaatan teknologi digital dalam bisnis mereka (Soemardiono & Asrovianto, 2019).

Dari sisi sosial, rendahnya kesadaran akan pentingnya digitalisasi di kalangan pelaku UMKM menjadi faktor penghambat utama (Fajari et al., 2024). Selain itu, keterbatasan akses terhadap pelatihan dan pendampingan dalam penggunaan teknologi digital menyebabkan banyak UMKM kesulitan untuk beradaptasi dengan perkembangan teknologi. Kurangnya memanfaatan teknologi digital pada kalangan UMKM Desa Brebek memiliki dampak yakni terbatasnya jangkauan pasar dan rendahnya daya saing usaha mereka. UMKM yang tidak mampu beradaptasi dengan perkembangan teknologi cenderung mengalami stagnasi dalam pertumbuhan bisnisnya. Selain itu, tanpa adanya kehadiran digital, UMKM sulit untuk membangun brand awareness yang kuat dan menarik lebih banyak pelanggan (Makarim & Dewi, 2024). Bukan hanya itu, di tengah meningkatnya globalisasi dan persaingan bisnis yang semakin ketat, UMKM yang tidak menggunakan teknologi digital akan berisiko kehilangan peluang untuk berkembang lebih besar. Padahal, dengan memanfaatkan teknologi digital, UMKM dapat menjangkau pasar yang lebih luas, meningkatkan efisiensi operasional, dan meningkatkan pendapatan mereka (Saputri et al., 2023).

Desa Brebek memiliki keunggulan geografis yang strategis, yaitu dekat dengan Surabaya yang merupakan pusat bisnis dan perdagangan di Jawa Timur. Namun, meskipun berada di wilayah industri, UMKM di desa ini masih mempunyai berbagai kendala dalam memanfaatan teknologi digital. Selain faktor kurangnya literasi digital,

KEGIATAN PEMANFAATAN TEKNOLOGI DIGITAL UNTUK PROMOSI

infrastruktur yang belum mendukung serta terbatasnya modal untuk investasi dalam teknologi menjadi tantangan bagi para pelaku UMKM (Fajari et al., 2024). Faktor lain yang turut memengaruhi adalah seringnya terjadi banjir di kawasan industri sekitar Desa Brebek, yang dapat menghambat aktivitas bisnis dan distribusi produk UMKM. Oleh karena itu, solusi berbasis digital, seperti pemasaran online dan e-commerce, dapat menjadi strategi yang efektif untuk mengatasi kendala ini dan meningkatkan daya saing UMKM di wilayah tersebut (Saputri et al., 2023).

Dalam menghadapi era revolusi industri 4.0, UMKM di Desa Brebek perlu segera menggunakan teknologi digital agar tetap kompetitif. Digitalisasi tidak hanya menjadi solusi untuk meningkatkan daya saing, tetapi juga merupakan kebutuhan mendesak dalam menghadapi perubahan perilaku konsumen yang semakin beralih ke platform online (Maharani & Hasibuan, 2024). Oleh karena itu, diperlukan program pengabdian masyarakat yang berfokus pada pelatihan dan pendampingan dalam pemanfaatan teknologi digital bagi UMKM. Program ini diharapkan dapat memberikan wawasan dan keterampilan bagi pelaku UMKM dalam menggunakan platform digital untuk pemasaran, manajemen bisnis, dan pengembangan usaha secara berkelanjutan. Pemberdayaan masyarakat bertujuan untuk meningkatkan kapasitas individu dan kelompok dalam mengelola sumber daya serta mengambil keputusan yang memengaruhi kehidupan mereka (Sugiri, 2012). Tujuan utama dari kegiatan ini adalah memberdayakan pelaku Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah (UMKM) di Desa Brebek melalui pemanfaatan teknologi digital. Dengan meningkatkan kemampuan mereka dalam menggunakan alat dan platform digital, diharapkan UMKM dapat memperluas jangkauan pasar, meningkatkan efisiensi operasional, dan meningkatkan daya saing. Pemberdayaan ini mencakup pelatihan dalam penggunaan media sosial, e-commerce, dan alat pemasaran digital lainnya. Dengan meningkatkan keterampilan digital dan akses pasar yang lebih luas, pendapatan UMKM diharapkan meningkat, yang akan meningkatkan kualitas hidup para pelaku usaha dan komunitas sekitarnya. Peningkatan ekonomi lokal dapat berdampak positif pada kesejahteraan sosial dan ekonomi masyarakat Desa Brebek secara keseluruhan (Utomo et al., 2023).

Kegiatan ini juga bertujuan untuk memberikan penyuluhan dan edukasi kepada pelaku UMKM mengenai pentingnya teknologi digital dalam bisnis modern. Melalui pelatihan peserta akan mendapatkan pengetahuan tentang strategi pemasaran digital, manajemen bisnis online, dan keamanan siber. Edukasi ini diharapkan dapat meningkatkan literasi digital dan kesiapan UMKM dalam menghadapi tantangan era digital. Selain fokus pada individu pelaku usaha, kegiatan ini juga bertujuan untuk mengembangkan komunitas UMKM di Desa Brebek. Dengan membentuk jaringan atau asosiasi UMKM berbasis digital, para pelaku usaha dapat saling berbagi informasi, pengalaman, dan sumber daya. Pengembangan komunitas ini akan menciptakan ekosistem bisnis yang kolaboratif dan mendukung pertumbuhan bersama. Dengan adanya kegiatan pengabdian ini, diharapkan pelaku UMKM di Desa Brebek akan memperoleh pemahaman dan keterampilan tentang penggunaan teknologi digital. Kegiatan ini akan membahas berbagai aspek digital marketing, seperti penggunaan media sosial, pembuatan konten, dan strategi pemasaran online. Dengan pemahaman yang lebih baik tentang platform digital, pelaku UMKM tidak hanya dapat menjual produk mereka dengan baik tetapi juga dapat mengelola hubungan mereka dengan pelanggan dengan lebih profesional. Mereka membutuhkan keterampilan ini untuk bersaing di pasar yang semakin kompetitif dan berbasis teknologi (Hidayat et al., 2022).

Dengan adanya kegiatan ini dapat memberikan dampak positif bagi para pelaku UMKM, terutama dalam pemanfaatan teknologi digital untuk promosi. Dengan

meningkatnya penjualan setelah melakukan promosi yang lebih efektif melalui platform digital, pendapatan para pelaku UMKM tentunya akan lebih meningkat. Dengan pendapatan yang lebih baik, mereka dapat memenuhi kebutuhan dasar dan memperbaiki fasilitas hidup sehari-hari (Laksmana et al., 2024). Kegiatan pengabdian ini juga memiliki peran penting dalam penguatan hubungan sosial antara pelaku UMKM dengan masyarakat. Melalui interaksi di media sosial, para pelaku UMKM dapat menciptakan ruang bagi para penguasa dan masyarakat untuk saling berbagi pengalaman dan strategi dalam mengatasi tantangan bisnis. Kegiatan ini dapat meningkatkan kesadaran pelaku UMKM akan pentingnya kehadiran online dalam dunia bisnis kontemporer. Para pelaku UMKM mulai menyadari bahwa memiliki strategi pemasaran yang kuat di dunia digital dapat membuka peluang baru untuk menjangkau pelanggan baru dan memperluas pasar. Dengan pemahaman yang lebih baik tentang potensi digitalisasi, mereka lebih siap untuk menghadapi tantangan dan memanfaatkan peluang di era digital. Kegiatan penerapan teknologi digital dalam pemasaran memberikan pengalaman yang bermanfaat bagi para pelaku UMKM. Melalui pendampingan langsung untuk para pelaku UMKM, membuat mereka memperoleh pengetahuan yang aplikatif tentang penggunaan teknologi dalam bisnis sehari-hari. Pengetahuan ini tidak hanya bersifat teoritis tetapi juga praktis, sehingga mereka dapat langsung menerapkan pengetahuan ini dalam usaha mereka. Pengalaman ini juga mendorong inovasi produk dan layanan yang lebih sesuai dengan kebutuhan pasar (Fuadi et al., 2021).

METODE PENELITIAN

Pendekatan ABCD berfokus pada pemanfaatan aset dan potensi yang telah dimiliki oleh komunitas sebagai dasar dalam mengembangkan solusi yang berkelanjutan. Berbeda dengan metode konvensional yang cenderung melihat komunitas dari sisi permasalahan dan kekurangannya, ABCD menekankan pentingnya mengidentifikasi dan mengoptimalkan sumber daya yang ada di masyarakat, baik dalam bentuk aset individu, sosial, maupun ekonomi. Pendekatan ini mendorong partisipasi aktif masyarakat dalam proses pembangunan, sehingga mereka tidak hanya menjadi penerima manfaat, tetapi juga aktor utama dalam perubahan sosial dan ekonomi. Menurut Wainarisi et al. (2023), pendekatan ABCD berfungsi untuk menggali dan mendorong dari dalam suatu inovasi atau aktifitas yang dirasa dapat menciptakan suatu kesempatan-kesempatan baru.

Dalam konteks pengabdian masyarakat, metode ABCD sangat relevan dalam mendukung keberlanjutan program yang dirancang. Dengan melibatkan masyarakat secara langsung dalam proses identifikasi aset, perencanaan, hingga implementasi, pendekatan ini mampu menciptakan solusi yang lebih kontekstual dan sesuai dengan kebutuhan lokal. Selain itu, ABCD juga membuka peluang kolaborasi antara akademisi, pemerintah, serta pihak swasta untuk mendukung pengembangan komunitas secara lebih efektif.

Melalui pengabdian masyarakat berbasis ABCD, diharapkan komunitas dapat semakin mandiri dalam menghadapi tantangan yang ada serta mampu mengembangkan potensi mereka secara optimal. Pendekatan ini tidak hanya memberikan solusi jangka pendek tetapi juga membangun fondasi yang kuat bagi pembangunan berkelanjutan di masa depan.

Pengabdian kepada masyarakat ini diselenggarakan selama 2 hari yakni pada hari jum'at dan sabtu tanggal 7-8 Februari 2025, dengan tahapan sebagai berikut: Hari pertama: Melakukan observasi langsung, mengidentifikasi kebutuhan pengembangan berdasarkan hasil survei langsung dan Melakukan wawancara dengan para pelaku UMKM. Hari kedua: Melakukan wawancara dan edukasi kepada pelaku UMKM.

KEGIATAN PEMANFAATAN TEKNOLOGI DIGITAL UNTUK PROMOSI

Melaksanakan promosi dan pengembangan UMKM. Kegiatan ini dilaksanakan di Desa Brebek Waru Sidoarjo.

Partisipan yang Terlibat dalam Kegiatan yaitu Para pelaku UMKM sebagai partisipan utama, kepala RT sebagai pengarah bagi tim pengabdian masyarakat. Tim pengabdian masyarakat yaitu mahasiswa yang mengadakan pengembangan dan Pemerintah dan masyarakat sebagai stakeholder tidak langsung.

HASIL DAN PEMBAHASAN

Kegiatan pengabdian kepada masyarakat (PKM) ini berfokus pada pemanfaatan teknologi digital untuk promosi dan pengembangan UMKM di Desa Berbek, Waru Sidoarjo. UMKM sendiri juga memiliki peran yang penting terhadap pengembangan ekonomi di setiap daerah. Oleh karena itu, sangat penting bagi pertumbuhan ekonomi Indonesia secara keseluruhan dengan membantu usaha kecil dan menengah (UMKM) beradaptasi dengan teknologi digital dan memperluas akses mereka ke pasar melalui platform online (Firdausya & Ompusunggu, 2023). Kegiatan ini diadakan untuk membantu dan mengedukasi para pelaku UMKM tentang pentingnya peran teknologi digital untuk mengembangkan usaha mereka.

Kegiatan pengabdian kepada masyarakat ini dilaksanakan selama 2 hari yakni pada tanggal 7 dan 8 Februari 2025. Di hari pertama digunakan untuk melakukan observasi, pengamatan langsung, dan wawancara kepada pelaku UMKM tentang apa kendala yang sedang dihadapi oleh para pelaku UMKM dalam persaingan pasar di dunia yang modern ini. Pada hari kedua, kita memberikan edukasi dan pemahaman kepada para pelaku UMKM tentang pentingnya penggunaan teknologi digital dan membantu pelaku UMKM dalam promosi, dengan membuat poster promosi yang ditempelkan di tempat jualan dan mempromosikannya di sosial media terutama Instagram dan WhatsApp.



Gambar 1. Kegiatan Wawancara kepada Pelaku UMKM

Kegiatan wawancara ini bertujuan untuk mengetahui apa saja tantangan yang dihadapi dalam persaingan pasar. Para pelaku UMKM menjelaskan bahwasanya salah satu tantangan terbesar dalam membuka usaha yaitu promosi. Persaingan di dunia modern ini tentunya lebih ketat dikarenakan, sudah banyak pelaku UMKM yang pemanfaatan teknologi digital untuk promosi. Sedangkan para pelaku UMKM di Desa Berbek masih memiliki kesulitan dalam memanfaatkan teknologi digital.

Melalui wawancara ini, kami dapat mengedukasi bahwasanya pemanfaatan teknologi digital sangat penting dalam meningkatkan promosi dan pendapatan usaha.

Pelaku UMKM dapat menggunakan media sosial untuk memasarkan barang mereka. Facebook, Instagram, WA, dan lain-lain adalah media sosial yang paling umum digunakan untuk mempromosikan berbagai produk oleh perusahaan besar maupun kecil (Permana, 2017).



Gambar 2. Proses Pembuatan Poster Promosi dengan Canva

Sebelum melakukan promosi di media sosial, tentunya harus membuat konten yang sesuai dengan tujuan dari promosi tersebut dilakukan, salah satunya yakni membuat poster penjualan. Untuk membuat sebuah poster yang menarik, dapat memanfaatkan aplikasi editing yang mempermudah pembuatan, salah satunya aplikasi Canva. Canva merupakan aplikasi online yang bisa digunakan untuk membuat desain grafis untuk berbagai macam kebutuhan seperti logo, banner, dan lain-lain (Purwati & Perdanawanti, 2019).

Para pelaku UMKM diberikan edukasi bahwasanya penggunaan aplikasi canva dapat membantu mempermudah pembuatan desain poster yang menarik dan informatif, yang bisa digunakan untuk mempromosikan produk mereka secara offline ataupun di sosial media. Banyaknya fitur yang ditawarkan dan bersifat gratis, aplikasi Canva sangat menghemat biaya dan mudah digunakan meskipun beberapa template berbayar (Irfan et al., 2022). Dengan mendesain sendiri, pelaku UMKM dapat lebih mandiri dalam membuat materi promosi yang sesuai dengan kebutuhan dan target pasar mereka.



Gambar 3. Pemasangan Poster di Tempat Jualan

KEGIATAN PEMANFAATAN TEKNOLOGI DIGITAL UNTUK PROMOSI

Setelah pembuatan poster untuk kepentingan promosi, kemudian poster tersebut dipasang di tempat mereka jualan (lapak) secara offline. Pemasangan poster tersebut memiliki tujuan untuk meningkatkan visibilitas produk dan menarik perhatian calon pembeli yang datang ke tempat jualan. Poster penjualan tersebut bukan hanya dipasang di tempat jualan, tetapi juga diposting di sosial media untuk menjangkau konsumen lebih luas lagi. Media sosial adalah alat yang berguna bagi penjual untuk mempromosikan produk mereka di tingkat regional, nasional, bahkan internasional (Afdhal et al., 2022).

Para pelaku UMKM perlu menggunakan teknologi informasi untuk menjadi lebih kompetitif. Hal ini perlu dilakukan karena persaingan dalam pemasaran produk saat ini semakin kompetitif dan mencakup banyak negara di seluruh dunia (Rahmana, 2009). Pelaku usaha mikro kecil dan menengah harus meningkatkan usaha mereka dan membangun hubungan jangka panjang dengan para pelanggan. Teknologi Instagram dapat membantu meningkatkan produksi dan efisiensi karena dapat diakses kapan saja dan dimana saja tanpa terbatas pada waktu. Instagram adalah salah satu platform jejaring sosial yang bisa digunakan untuk pemasaran. Dengan meng-upload foto ataupun video singkat tentang barang atau jasa yang dijual di Instagram, pelanggan dapat melihat jenis barang atau jasa yang sedang ditawarkan (Rahmawati, 2016).

Ketercapaian tujuan kegiatan ini secara umum sudah cukup memuaskan, jika dilihat meningkatnya pemahaman dan keterampilan pelaku UMKM di Desa Berbek, juga dari adanya peningkatan penjualan para pelaku UMKM setelah memanfaatkan teknologi digital dalam melakukan promosi dan pengembangan usaha mereka, sehingga dapat disimpulkan bahwa tujuan dari kegiatan pengabdian ini sudah tercapai.

Para pelaku UMKM dapat membuat poster promosi yang menarik dan profesional dengan memanfaatkan aplikasi desain grafis seperti Canva. Poster-poster itu kemudian dipasang di tempat mereka jualan dan juga sebarluaskan melalui media sosial Instagram, WhatsApp dan lain-lain. Penelitian yang dilakukan oleh (Karim & Asrani, 2024), menunjukkan bahwasanya penggunaan Canva bisa membantu pelaku UMKM dalam membuat materi promosi yang lebih efektif tanpa harus memiliki kemampuan desain yang liar biasa. Dengan adanya kegiatan pengabdian ini, pelaku UMKM di Desa Berbek dapat membuat konten promosi yang menarik bagi calon pelanggan dengan lebih bebas.

Para pelaku UMKM sangat antusias terhadap kegiatan ini, karena mereka tahu bahwa teknologi digital dapat meningkatkan penjualan tetapi kurang faham bagaimana caranya. Sebagian besar peserta merasa terbantu dengan instruksi yang diberikan tentang cara menggunakan Canva untuk membuat materi promosi mereka sendiri.

Menurut beberapa pelaku UMKM, penggunaan media sosial untuk promosi telah meningkatkan jumlah pelanggan mereka. Ini menunjukkan bahwa strategi pemasaran digital berhasil meningkatkan visibilitas bisnis mereka. Sehingga, para pelaku UMKM mulai menyadari pentingnya transformasi digital untuk bisnis mereka. Pelaku UMKM dapat menggunakan Canva untuk membuat poster, flyer, kartu nama, katalog produk, dan konten media sosial tanpa memerlukan keahlian khusus. Dengan fitur ini, UMKM dapat membuat konten visual yang berkualitas dan menarik secara efisien serta mengurangi biaya produksi (Sotopo et al., 2024).

Kegiatan pengabdian ini memiliki dampak yang signifikan terhadap pelaku UMKM dan masyarakat, terutama dalam hal meningkatkan daya saing UMKM di Desa Brebek. Sebelum adanya kegiatan ini, banyak pelaku UMKM yang menghadapi kesulitan bersaing dengan pengusaha lain yang telah menggunakan strategi pemasaran digital sebelumnya. Namun, setelah kegiatan tersebut, mereka mulai memahami bahwa menggunakan teknologi digital dapat menawarkan keuntungan yang lebih besar dalam menjangkau pelanggan.

Berdasarkan penelitian yang dilakukan oleh Firdausyah dan Ompusunggu (2023), digitalisasi UMKM menjadi salah satu solusi dalam menghadapi tantangan di era digital saat ini, dan digitalisasi UMKM juga dapat membantu UMKM meningkatkan visibilitas dan daya saing usaha di pasar global melalui akses ke sosial media dan pasar digital. Selain meningkatkan daya saing, kegiatan ini juga meningkatkan peluang ekonomi masyarakat desa Brebek. Pemasaran digital memungkinkan barang-barang yang sebelumnya hanya dikenal di tingkat lokal untuk menjangkau pasar yang lebih luas.

Meskipun kegiatan ini berlangsung dengan baik, tetapi ada beberapa kendala yang muncul saat pelaksanaan. Salah satunya yaitu masih banyaknya para pelaku UMKM yang belum terbiasa menggunakan teknologi digital terutama media sosial untuk kepentingan berbisnis. Tantangan lainnya yaitu, beberapa pelaku UMKM di Desa Brebek belum memiliki perangkat yang memadai atau akses internet yang stabil, sehingga menyulitkan mereka menerapkan pemasaran digital secara optimal.

Selain itu, terbatasnya waktu dalam pelaksanaan kegiatan ini juga menjadi tantangan. Kegiatan ini hanya berlangsung selama dua hari, yang dimana selama dua hari tersebut pengetahuan yang diberikan hanyalah dasar dan tidak mencakup pemasaran digital secara menyeluruh.

KESIMPULAN

Kegiatan pengabdian ini meningkatkan pemahaman dan keterampilan pelaku UMKM di Desa Brebek tentang cara menggunakan teknologi digital untuk mempromosikan usaha mereka. Kegiatan ini mengajarkan mereka cara menggunakan media sosial seperti Instagram dan WhatsApp untuk memasarkan produk mereka dan membuat materi promosi yang lebih menarik menggunakan aplikasi Canva. Sehingga, beberapa pelaku UMKM sudah mulai menggunakan aplikasi ini.

Kegiatan pengabdian kepada masyarakat ini berdampak positif pada masyarakat, terutama dengan meningkatkan kesadaran akan pentingnya digitalisasi bagi bisnis kecil. Para pelaku UMKM memiliki peluang yang lebih besar untuk memperluas pasar dan meningkatkan pendapatan mereka saat keterampilan digital mereka meningkat. Tidak hanya pelaku bisnis akan mendapat manfaat dari hal ini, tetapi hal ini juga dapat membantu meningkatkan ekonomi lokal Desa Brebek secara keseluruhan. Pemasaran online juga memungkinkan produk lokal menjadi lebih dikenal di luar daerah, yang membuka peluang kerja sama dengan pihak lain.

Untuk kegiatan berikutnya, perlu diberikan pelatihan yang lebih mendalam dan berkelanjutan tentang strategi pemasaran digital. Selain pelatihan pembuatan konten, juga perlu diberikan pelatihan tentang manajemen toko online di marketplace dan analisis pasar digital. Selain itu, bagi pelaku UMKM yang beroperasi secara daring, pembentukan komunitas digital mereka dapat membantu mereka berbagi strategi dan pengalaman bisnis mereka.

Dalam pelaksanaan kegiatan selanjutnya, beberapa hambatan yang ditemukan selama kegiatan ini perlu dipertimbangkan, seperti keterbatasan perangkat dan akses internet bagi beberapa pelaku UMKM. Selama kegiatan, sangat penting untuk memiliki perangkat laptop atau akses Wi-Fi gratis. Selain itu, waktu pelaksanaan yang hanya dua hari dianggap kurang cukup. Untuk memastikan bahwa pelaku UMKM benar-benar menguasai dan menerapkan keterampilan digital mereka dengan lebih baik, disarankan agar kegiatan ini dilakukan dalam beberapa sesi di masa mendatang.

KEGIATAN PEMANFAATAN TEKNOLOGI DIGITAL UNTUK PROMOSI

DAFTAR RUJUKAN

- Afdhal, M., R. Prawiro., & S. Z. Fenia. (2022). Sosialisasi Penggunaan Media Sosial Tiktok Untuk Meningkatkan Penjualan Di Kampung Akrilik Padang. *Jurnal Pengabdian Masyarakat Dharma Andalas*, 1(1), 102–107. <https://doi.org/10.47233/jpmda.v1i1.544>
- Fajari, R., B. Saputra., E. C. Darrel., & J. Parhusip. (2024). Analisis Distribusi Proporsi Teknologi Informasi Sebagai Upaya Meningkatkan Daya Saing UMKM Di Kota Palangka Raya: Faktor Pendorong dan Penghambat. *Informatech: Jurnal Ilmiah Informatika dan Komputer*, 1(2), 175-182.
- Firdausya, L. Z., & D. P. Ompusunggu. (2023). Usaha mikro kecil dan menengah (umkm) di era digital abad 21 'micro, small and medium enterprises (msme) the digital age of the 21st century'. *Talijagat*, 1(3), 14-18. <https://doi.org/10.55732/unu.tji.2023.01.3>
- Fuadi, D., Akhyadi, A. S., & Saripah, I. (2021). Systematic Review: Strategi Pemberdayaan Pelaku UMKM Menuju Ekonomi Digital Melalui Aksi Sosial. *Diklus: Jurnal Pendidikan Luar Sekolah*. <https://doi.org/10.21831/diklus.v5i1.37122>
- Hidayat, A., Lesmana, S., & Latifah, Z. (2022). Peran UMKM (Usaha, Mikro, Kecil, Menengah) Dalam Pembangunan Ekonomi Nasional. *Jurnal Inovasi Penelitian*, 3(6), 6707-6714.
- Irfan, P., H. R. P. Negara., F. Fatimatuzzahra., M. Alhidayat. & K. Watoni. (2022). Pemanfaatan Aplikasi Canva Sebagai Sarana Media Promosi Makanan Khas Lombok. *JMH: Jurnal Mengabdi dari Hati*, 1(1), 31-38.
- Karim, A., & D. Asrani. (2024). Pemanfaatan Aplikasi Canva Untuk Meningkatkan Promosi Produk Usaha Mikro Kecil dan Menengah (UMKM). *JPM: Jurnal Pengabdian Masyarakat*, 4(3), 279-285.
- Kementerian Koperasi dan UKM. (2022). Laporan Perkembangan UMKM di Indonesia. *Jurnal Ekonomi Nasional*, 7(1), 1-20.
- Laksmana, P. E., I. Setya Ningrum., & M. Ariani. (2024). Strategi Pengembangan UMKM Kota Batu Jawa Timur Menuju Pertumbuhan Berkelanjutan. *JIMEA: Jurnal Ilmiah MEA (Manajemen, Ekonomi, dan Akuntansi)*, 8(2), 569-585. <https://journal.stiemb.ac.id/index.php/mea/article/view/4050>
- Maharani, D. A., & R. R. Hasibuan. (2024). Peningkatan Kemampuan Pemasaran Digital Pada Umkm di Desa Sumbang Purwokerto Untuk Meningkatkan Daya Saing dan Jangkauan Pasar. *Abdi Makarti*, 3(2), 130-141. <http://dx.doi.org/10.52353/abdimakarti.v3i2.730>
- Makarim, S. A., & L. S. Dewi. (2024). *Ragam UMKM: Menelusuri Jenis Usaha di Indonesia*. Takaza Innovatix Labs, Sumatera Barat.
- Permana, S. H. (2017). Strategi Peningkatan Usaha Mikro, Kecil, Dan Menengah (Umkm) Di Indonesia. *Aspirasi*, 8(1), 93-103.
- Purwati, Y., & L. Perdanawanti. (2019). Pelatihan Desain Menggunakan Aplikasi Canva Untuk Anggota Komunitas Ibu Profesional Banyumas Raya. *Jurnal Pengabdian Mitra Masyarakat (JPMM)*, 1(1), 42–51.
- Rahmaan, A. (2009). Peranan Teknologi Informasi dalam Peningkatan Daya Saing Usaha

- Kecil Menengah. *Seminar Nasional Aplikasi Teknologi Informasi 2009 (SNATI 2009)*. Yogyakarta.
- Rahmawati, D. (2016). Pemilihan dan Pemanfaatan Instagram Sebagai Media Komunikasi Pemasaran Online (Studi Deskriptif Kualitatif pada Akun Instagram @FreezyBrowniezz). *Skripsi*. Yogyakarta: Fakultas Ilmu Sosial dan Humaniora Universitas Islam Negeri Sunan Kalijaga.
- Saputri, S. A., I. Berliana., & M. F. Nasrida. (2023). Peran Marketplace Dalam Meningkatkan Daya Saing UMKM di Indonesia. *Knowledge: Jurnal Hasil Penelitian dan Pengembangan*, 3(1), 69-75. <https://doi.org/10.51878/knowledge.v3i1.2199>
- Setiawan, I., & T. Haryanto. (2021). Pemanfaatan Teknologi dan Tantangan dalam Pemasaran Online. *Jurnal Ekonomi Digital dan Bisnis*, 3(1), 45-60.
- Soemardiono, S., & Asrovianto, D. (2019). Pelatihan Digitalisasi Teknologi untuk Penguatan Produk pada UMKM Desa Pepelegi Sidoarjo. *Bisma : Bimbingan Swadaya Masyarakat*. <https://doi.org/10.59689/bisma.v1i3.459>
- Sugiri, Lasiman. (2012). Peranan Pemerintah Daerah Dalam Pemberdayaan Masyarakat. *Publica*, 56-65.
- Sutopo., Haryani., A. Muslikhun., & C. M. Diana. (2024). Meningkatkan Promosi Penjualan Melalui Pemanfaatan Aplikasi Canva pada Pelaku UMKM di Kelurahan Sambiroto, Kecamatan Tembalang, Kota Semarang. *Svarga Pena: Jurnal Pengabdian Kepada Masyarakat*, 1(4), 42-52. <https://doi.org/10.62951/svargapena.v1i4.63>
- Wainarisi, Y. O. R., Wilson, W., Telhalia, T., Aloysius, A., & Neti, N. (2023). Moderasi Beragama Dalam Pendidikan Inklusif Gereja: Pengabdian Kepada Masyarakat Di Kementerian Agama Kabupaten Barito Timur. *Jurnal Pengabdian Kesehatan Masyarakat*, 4(1), 42-64. <https://doi.org/10.37905/jpkm.v4i1.17130>
- Yamani, A., Muhammad, A., & Faiz, M. (2019). Penguatan Ekonomi Lokal Pada Pelaku UMKM Berbasis Digital Di Desa Winduaji Kabupaten Brebes. *Madani : Indonesian Journal of Civil Society*. <https://doi.org/10.35970/madani.v1i1.29>