

## PELATIHAN KOMPETITIF BISNIS MELALUI DIGITALISASI UMKM KELURAHAN BANJARSARI

Muhammad Saputra<sup>1</sup>, M. Ahadi Nouvan<sup>2</sup>, Joko Triloka<sup>3</sup>, Novita Sari<sup>4</sup>

<sup>1,2,4</sup>Fakultas Ekonomi dan Bisnis, Institut Informatika dan Bisnis Darmajaya

<sup>3</sup>Fakultas Ilmu Komputer, Institut Informatika dan Bisnis Darmajaya

Jl. ZA. Pagar Alam No.93, Gedong Meneng, Kec. Rajabasa, Kota Bandar Lampung, Lampung 35141

e-mail : [muhammadsaputra@darmajaya.ac.id](mailto:muhammadsaputra@darmajaya.ac.id)<sup>1</sup>, [ahadinouvan@darmajaya.ac.id](mailto:ahadinouvan@darmajaya.ac.id)<sup>2</sup>,  
[joko.triloka@darmajaya.ac.id](mailto:joko.triloka@darmajaya.ac.id)<sup>3</sup>, [novitasari@darmajaya.ac.id](mailto:novitasari@darmajaya.ac.id)<sup>4</sup>

### ABSTRACT

*Today's increasingly fierce business competition encourages Micro, Small and Medium Enterprises (MSMEs) to have a competitive advantage and a positive impact on business development or business. Banjarsari Village is a village in Metro City that has several Micro, Small and Medium Enterprises (MSMEs) with the findings that the use of technology or digitalization in running business operations has not been maximized, which is the urgency of implementing this community service activity. The community service activities were carried out at Banjarsari Village Hall within a period of 3 days with activities including website and social media training, product brand training, digital financial recording training, e-commerce training and business whatsapp. In the implementation of this service activity, it is focused on Micro, Small and Medium Enterprises (MSMEs), namely Yumna MSMEs engaged in the food business and batik canting as pilot MSMEs in this service activity. The output of this activity is where MSME players who are the pilot, namely Yumna MSMEs, are in the form of websites and social media, brands or brands, digital financial applications, e-commerce and business whatsapp.*

**Keywords :** *Training, Business, Digitalization, MSMEs*

### ABSTRAK

*Persaingan bisnis saat ini semakin ketat mendorong pelaku Usaha Mikro Kecil Menengah (UMKM) harus memiliki keunggulan kompetitif serta dampak positif dalam pengembangan usaha atau bisnis. Kelurahan Banjarsari merupakan sebuah Kelurahan yang ada di Kota Metro memiliki beberapa Usaha Mikro Kecil Menengah (UMKM) dengan hasil temuan yaitu belum maksimalnya penggunaan teknologi atau digitalisasi dalam menjalankan operasional usaha menjadi urgensi pelaksanaan kegiatan pengabdian kepada masyarakat ini. Kegiatan pengabdian dilakukan di Balai Kelurahan Banjarsari dalam kurun waktu 3 hari pelaksanaan kegiatan dengan kegiatan diantaranya pelatihan website dan sosial media, pelatihan brand produk, pelatihan pencatatan keuangan digital, pelatihan e-commerce dan whatsapp bisnis. Pada pelaksanaan kegiatan pengabdian ini difokuskan pada Usaha Mikro Kecil Menengah (UMKM) yaitu UMKM Yumna yang bergerak pada bidang usaha makanan dan batik canting sebagai UMKM percontohan pada kegiatan pengabdian ini. Hasil evaluasi kegiatan pengabdian ini yaitu peningkatan pengetahuan dan keterampilan mitra dengan persentase peningkatan pengetahuan sebesar 100%. Luaran dari kegiatan ini dimana pelaku UMKM yang menjadi percontohan yaitu UMKM Yumna berupa website dan sosial media, brand atau merek, aplikasi digital keuangan, e-commerce dan whatsapp bisnis.*

**Kata Kunci :** *Pelatihan, Bisnis, Digitalisasi, UMKM*

## I. PENDAHULUAN

Persaingan bisnis saat ini semakin ketat mendorong pelaku Usaha Mikro Kecil Menengah (UMKM) harus memiliki keunggulan kompetitif sehingga mampu bersaing didalam sebuah pasar melalui berbagai atribut yang mengungguli pesaing sejenis [1]. Penggunaan teknologi dalam dunia bisnis tidak dapat dipungkiri dimana penggunaan teknologi dapat mengoptimalkan performance bisnis diantaranya kemudahan maintenance manajemen usaha hingga optimalisasi penjualan produk kepada konsumen [2]. Penggunaan teknologi atau digitalisasi Usaha Mikro Kecil Menengah (UMKM) juga memiliki manfaat dan memiliki dampak positif dalam pengembangan usaha atau bisnis bagi pelaku Usaha Mikro Kecil Menengah (UMKM) sebagai strategi pengembangan usaha [3]. Pemberdayaan Usaha Mikro Kecil Menengah (UMKM) mencatat nilai ekspor sebesar 26,94 miliar dolar pada tahun 2022 dengan total peningkatan sebesar 12,81 persen dibandingkan tahun 2021 [4].

Kelurahan Banjarsari merupakan sebuah Kelurahan yang ada di Kota Metro tepatnya di Kecamatan Metro Utara Lampung. Kelurahan Banjarsari merupakan salah satu kelurahan ke 2 terbesar di Metro Utara yang mempunyai wilayah seluas 5,72 Km<sup>2</sup> / 572 Ha, 238 Ha lahan pertanian. Kelurahan Banjarsari memiliki beberapa Usaha Mikro Kecil Menengah (UMKM) sebagai Kelurahan yang berfokus pada pengembangan Usaha Mikro Kecil Menengah (UMKM). Berdasarkan hasil observasi yang dilakukan, beberapa hambatan ditemukan dalam pengembangan Usaha Mikro Kecil Menengah (UMKM) yang ada di Kelurahan Banjarsari salah satunya adalah belum maksimalnya penggunaan teknologi atau digitalisasi dalam menjalankan operasional usaha menjadi urgensi pelaksanaan kegiatan pengabdian kepada masyarakat ini.



**Gambar 1 Sosialisasi Kegiatan Pengabdian Masyarakat**

Pelatihan mengenai Digitalisasi Usaha Mikro Kecil Menengah (UMKM) sangat penting dilakukan sebagai bentuk intervensi yang efektif dalam meningkatkan pengetahuan, keterampilan dan kemampuan sumber daya manusia (SDM) sebagai pengelola Usaha Mikro Kecil Menengah (UMKM) [5]. Akselerasi digitalisasi UMKM dilakukan sebagai harapan mendorong Usaha Mikro Kecil Menengah (UMKM) untuk lebih kuat, dalam proses peningkatan kapasitas produksi, efisiensi biaya, serta perluasan pasar [6]. Kegiatan pengabdian kepada masyarakat (PKM) dengan mitra Pelaku Usaha Mikro Kecil Menengah (UMKM) yang ada di Kelurahan Banjarsari memiliki beberapa tujuan

diantaranya melakukan pelatihan penerapan platform digital melalui website dan social media, melakukan pelatihan branding visual produk, pelatihan digitalisasi pencatatan keuangan, pelatihan perluasan penjualan melalui platform e-commerce dan whatsapp bisnis.

## II. MASALAH

Identifikasi masalah dalam sebuah kegiatan bermanfaat untuk penjelasan masalah yang dihadapi secara spesifik sehingga luaran kegiatan memiliki hasil yang jelas dan bermanfaat sesuai dengan kebutuhan pelaksanaan kegiatan [7]. Kegiatan pengabdian kepada masyarakat (PKM) yang dilakukan dalam kegiatan ini berfokus kepada beberapa permasalahan yang dihadapi oleh pelaku Usaha Mikro Kecil Menengah (UMKM) yang ada di Kelurahan Banjarsari dengan hasil identifikasi permasalahan diantaranya :

1. Belum maksimalnya penggunaan platform digital seperti website dan sosial media dalam pengembangan Usaha Mikro Kecil Menengah (UMKM) di Kelurahan Banjarsari
2. Belum maksimalnya pemanfaatan penggunaan brand atau merek pada produk baik barang maupun jasa yang ada di Usaha Kecil Menengah (UMKM) di Kelurahan Banjarsari
3. Minimnya penggunaan aplikasi pencatatan keuangan digital sebagai langkah efisiensi dan maksimalisasi manajemen keuangan Usaha Mikro Kecil Menengah (UMKM) di Kelurahan Banjarsari
4. Minimnya pemanfaatan penggunaan e-commerce dan whatsapp bisnis sebagai media perluasan pemasaran produk Usaha Mikro Kecil Menengah (UMKM) di Kelurahan Banjarsari

## III. METODE PELAKSANAAN

Implementasi kegiatan pengabdian masyarakat berfokus pada pelaku Usaha Mikro Kecil Menengah (UMKM) di Kelurahan Banjarsari berdasarkan hasil identifikasi lapangan sesuai dengan kebutuhan bisnis di era digital. Pendekatan kegiatan pengabdian ini menggunakan pendekatan partisipatif yang merupakan pendekatan kolaboratif antara tim dan mitra pengabdian [8]. Kegiatan pengabdian dilakukan di Balai Kelurahan Banjarsari dalam kurun waktu 3 hari pelaksanaan kegiatan dengan kegiatan diantaranya pelatihan website dan sosial media, pelatihan brand produk, pelatihan pencatatan keuangan digital, pelatihan e-commerce dan whatsapp bisnis. Berikut gambaran tahapan kegiatan pengabdian kepada masyarakat dalam kegiatan ini :



**Gambar 2 Pelaksanaan Kegiatan Pengabdian Masyarakat**

Berdasarkan ilustrasi pada gambar 2 terkait dengan pelaksanaan kegiatan pengabdian masyarakat, Pelaksanaan kegiatan diawali dengan penyuluhan menggunakan metode ceramah dan diskusi interaktif. Metode ceramah dan diskusi interaktif bertujuan untuk meningkatkan pemahaman serta pentingnya digitalisasi bisnis kepada pelaku UMKM, selain itu metode ceramah dan diskusi memberikan pemahaman secara konseptual mengenai materi yang akan diberikan [9]. Pada tahap akhir pelaksanaan kegiatan pelatihan, kegiatan yang dilakukan berupa evaluasi dan refleksi yang digunakan untuk mengukur keberhasilan kegiatan pelatihan yang dilaksanakan [10].

#### IV. HASIL DAN PEMBAHASAN

Berdasarkan rencana pelaksanaan kegiatan pengabdian kepada masyarakat (PKM) yang dilakukan oleh tim dengan objek pelaku Usaha Mikro Kecil Menengah (UMKM) di Kelurahan Banjarsari dengan hasil kegiatan sebagai berikut :



**Gambar 3 Pemaparan Materi Kegiatan Pelatihan**

Berdasarkan tampilan pada Gambar 3 memberikan gambaran terkait dengan kegiatan pengabdian yang dilakukan oleh tim pengabdian masyarakat kepada pelaku Usaha Mikro Kecil Menengah (UMKM) di Kelurahan Banjarsari. Dalam gambar, terlihat sejumlah pelaku UMKM yang sedang berdiskusi dengan para fasilitator dari tim pengabdian. Para pelaku UMKM terlihat antusias mengikuti sesi pelatihan. Aktivitas ini bertujuan untuk meningkatkan daya saing UMKM di Kelurahan Banjarsari, memberikan wawasan baru tentang strategi pemasaran yang efektif, serta memperkenalkan berbagai teknologi yang dapat membantu mengembangkan usaha mereka. Kegiatan ini juga memperkuat hubungan antara masyarakat lokal dengan akademisi, serta menciptakan peluang kolaborasi yang saling menguntungkan dalam mengembangkan potensi UMKM di wilayah tersebut

##### **1. Pelatihan penggunaan platform digital seperti website dan sosial media**

Pemanfaatan platform bisnis seperti website dan sosial media sangat penting bagi sebuah bisnis. Website dan sosial media bermanfaat sebagai media promosi efektif yang dapat memperluas pemasaran secara luas melalui keberadaan internet. Pelaku Usaha Mikro Kecil Menengah (UMKM) di Kelurahan Banjarsari dari hasil identifikasi belum maksimal maka dari itu pelatihan Pelatihan penggunaan platform digital seperti website dan sosial media dilakukan. Pada pelaksanaan kegiatan pengabdian ini difokuskan pada 1 Usaha Mikro Kecil Menengah (UMKM) yaitu UMKM Yumna yang bergerak pada bidang usaha makanan dan batik canting sebagai UMKM

percontohan pada kegiatan pengabdian ini. Berikut tampilan website makanan dan batik canting UMKM Yumna :



**Gambar 4 Tampilan website UMKM Yumna**

Berdasarkan gambar 4, Website UMKM Yumna hadir dengan desain yang modern dan user-friendly, bertujuan untuk mempermudah pengunjung dalam mengenal lebih dekat produk-produk unggulan yang ditawarkan. Halaman utama menampilkan banner besar yang mempromosikan berbagai produk unggulan UMKM Yumna, seperti kerajinan tangan, produk makanan lokal, dan aksesoris buatan tangan yang eksklusif. Di bagian atas halaman, pengunjung dapat dengan mudah mengakses menu navigasi yang terorganisir dengan rapi, termasuk kategori produk, informasi tentang UMKM Yumna, cara pemesanan, serta testimoni pelanggan. Setiap produk dilengkapi dengan foto yang jelas, deskripsi lengkap, dan informasi harga yang transparan.

## 2. Pelatihan pemanfaatan penggunaan brand atau merek

Branding merupakan bagian penting dari produk sebagai daya tarik penjualan. Adanya sebuah branding, produk akan lebih mudah untuk diidentifikasi oleh konsumen. Pada pelatihan yang dilakukan oleh tim pengabdian kepada pelaku UMKM di Kelurahan Banjarsari difokuskan pada UMKM Yumna dilakukan pelatihan mengenai logo dan Kelurahanin packaging yang sebelumnya belum maksimal. Berikut hasil dari pelatihan pemanfaatan penggunaan brand atau merek dengan luaran berupa brand baru serta packaging untuk produk batik canting.



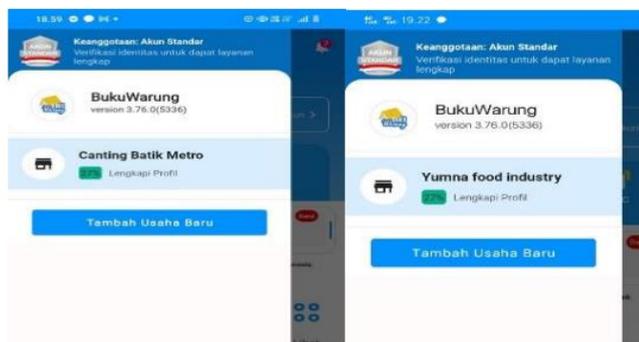
**Gambar 5 Tampilan Logo dan Packaging UMKM Yumna**

Berdasarkan gambar 5 Logo UMKM Yumna dirancang dengan konsep yang mencerminkan kesederhanaan, kehangatan, dan keaslian produk-produk lokal. Menggunakan palet warna yang lembut namun berkesan, seperti warna hijau daun dan

cokelat kayu, logo ini mengungkapkan komitmen UMKM Yumna terhadap produk yang alami dan ramah lingkungan. Packaging UMKM Yumna menonjol dengan desain yang elegan dan praktis. Mengusung konsep ramah lingkungan, setiap kemasan produk dirancang menggunakan bahan yang dapat didaur ulang dan mendukung keberlanjutan. Kemasan ini tidak hanya berfungsi sebagai pelindung produk, tetapi juga memperlihatkan estetika yang menyatu dengan konsep lokal. Desain kemasan menampilkan logo UMKM Yumna secara mencolok, dengan tambahan elemen grafis yang menggambarkan cerita dan proses pembuatan produk secara visual, memperkaya pengalaman pelanggan.

### 3. Pelatihan manajemen keuangan Usaha Mikro Kecil Menengah (UMKM) melalui aplikasi digital

Sebuah langkah penting dalam memodernisasi manajemen keuangan UMKM melalui aplikasi digital. Pada pelatihan yang dilakukan dalam kegiatan pengabdian ini dilakukan melalui penggunaan aplikasi Buku Warung sehingga memudahkan pencatatan keuangan. Sistem pencatatan keuangan tradisional sering kali menghadapi tantangan dalam hal keakuratan dan efisiensi guna meningkatkan manajemen keuangan dengan cara yang lebih modern dan terstruktur bagi pelaku UMKM. Berikut luaran kegiatan pengabdian kepada masyarakat yang dilakukan.



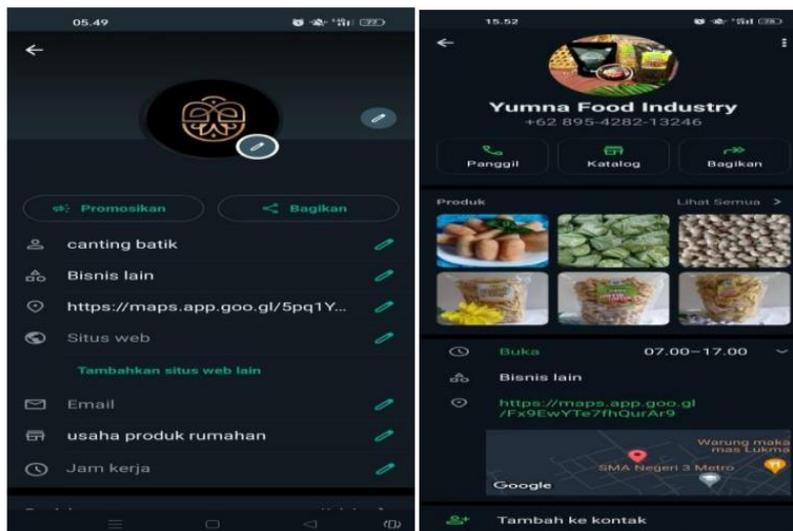
**Gambar 6 Tampilan Pencatatan Keuangan UMKM Yumna**

Berdasarkan gambar 6, Pencatatan keuangan di UMKM Yumna dirancang untuk memberikan kemudahan dan transparansi dalam mengelola arus kas usaha. Tampilan antarmuka pencatatan keuangan ini sangat sederhana, dengan fokus pada kemudahan akses dan keakuratan data, memastikan para pelaku usaha dapat memantau kondisi finansial mereka kapan saja dan di mana saja. Di halaman utama pencatatan keuangan, pengunjung atau pemilik usaha disuguhkan dengan dashboard yang menampilkan gambaran umum kondisi keuangan UMKM Yumna. Dashboard ini mencakup grafik pendapatan, pengeluaran, dan laba bersih yang diperoleh dalam periode tertentu.

### 4. Pelatihan perluasan pemasaran produk Usaha Mikro Kecil Menengah (UMKM) melalui e-commerce dan whatsapp bisnis

WhatsApp Business merupakan sarana pemasaran yang cukup efektif guna meningkatkan interaksi dengan pelanggan. Implementasi akun WhatsApp Business ini bertujuan untuk mempermudah interaksi dan proses penjualan dengan pelanggan. Selain itu pelatihan ini juga mengajarkan pelaku UMKM mengenai aplikasi Shopee

dengan tujuan menjangkau audiens yang lebih luas dan mendukung pertumbuhan bisnis UMKM. Berikut hasil luaran dari kegiatan pengabdian kepada masyarakat (PKM) ini berupa e commerce dan whatsapp bisnis UMKM Yumna.



**Gambar 7 Tampilan Whatsapp Bisnis dan E Commerce UMKM Yumna**

Berdasarkan gambar 7, Pelatihan pertama difokuskan pada penggunaan e-commerce sebagai saluran untuk memasarkan produk UMKM. Para peserta diajarkan bagaimana cara membuat dan mengelola toko online di platform e-commerce terkemuka seperti Tokopedia, Bukalapak, dan Shopee. Materi yang dibahas meliputi cara membuat deskripsi produk yang menarik, mengatur foto produk dengan kualitas tinggi, serta strategi pemasaran melalui iklan berbayar dan program promosi yang tersedia di platform tersebut. Pelatihan ini juga memberikan wawasan tentang pengelolaan stok dan sistem pengiriman barang untuk memastikan efisiensi dan kepuasan pelanggan

## V. KESIMPULAN dan SARAN

Digitalisasi menjadi langkah strategis yang harus diambil oleh UMKM untuk bertahan dan berkembang di pasar yang semakin kompetitif. Kesimpulan dalam kegiatan pengabdian kepada masyarakat (PKM) menunjukkan hasil bahwa penggunaan digitalisasi pada UMKM memiliki peran penting dalam meningkatkan daya saing bisnis. Kegiatan pengabdian kepada masyarakat (PKM) ini di fokuskan pada pelaku Usaha Mikro Kecil Menengah (UMKM) di Kelurahan Banjarsari dengan 4 kegiatan utama yaitu Pelatihan penggunaan platform digital seperti website dan sosial media, Pelatihan pemanfaatan penggunaan brand atau merek, Pelatihan manajemen keuangan Usaha Mikro Kecil Menengah (UMKM) melalui aplikasi digital, Pelatihan perluasan pemasaran produk Usaha Mikro Kecil Menengah (UMKM) melalui e-commerce dan whatsapp bisnis. Luaran dari kegiatan ini dimana pelaku UMKM yang menjadi percontohan yaitu UMKM Yumna berupa website dan sosial media, brand atau merek, aplikasi digital keuangan, e-commerce dan whatsapp bisnis. Evaluasi terhadap pelatihan ini menunjukkan capaian yang sangat positif dengan hasil 100% peserta memperoleh manfaat dan merasa lebih siap dalam memanfaatkan e-commerce dan WhatsApp Business untuk mengembangkan usaha

mereka. Pelatihan ini berhasil memberikan keterampilan praktis dan pemahaman yang mendalam mengenai pemasaran digital, yang memungkinkan para pelaku UMKM untuk memperluas pasar mereka secara signifikan. Keberhasilan ini juga menunjukkan pentingnya memberikan pelatihan berbasis aplikasi langsung yang memudahkan peserta untuk mengimplementasikan setiap pembelajaran dalam kehidupan bisnis mereka sehari-hari. Berdasarkan hasil evaluasi kegiatan, sangat diperlukan pendampingan keberlanjutan dari pemerintah untuk memberikan perhatian lebih bagi UMKM Kelurahan Banjarsari sehingga dapat bersaing di era digital.

### DAFTAR PUSTAKA

- [1] Suwali, S., Afifah, H., Sumaya, P. S., Hasirun, H., Handayani, J. H., & Hasibuan, R. R. (2024). Peningkatan Kemampuan Digitalisasi Pemasaran Pada Umkm Gula Semut Kelapa Di Banyumas Untuk Meningkatkan Daya Saing Di Era Digital. *ADIMA Jurnal Awatara Pengabdian Kepada Masyarakat*, 2(4), 25-33.
- [2] Nugroho, W. F., Yuliana, L., Alfian, R., & Perkasa, D. H. (2024). Langkah Unggul Ke Arah Digital: Studi Kasus Kantin Kalibata Sebagai Pelatihan UMKM di Era Digital. *Jurnal Pelayanan Masyarakat*, 1(3), 146-154.
- [3] Rahmawati, I. D., Sumarno, S., & Sari, D. K. (2024). Digitalisasi Umkm dan Peningkatan Literasi Keuangan Pada UMKM. *Jukeshum: Jurnal Pengabdian Masyarakat*, 4(1), 33-41.
- [4] <https://www.antaranews.com/berita/4452133/memberdayakan-umkm-industri-kreatif-sebagai-penyumbang-ekonomi-negara> (di akses 11 November 2024)
- [5] Muslim, M., Susilawati, E., Mauludiya, P. N., Umam, H., & Rimbawan, R. (2024). Peningkatan Kualitas Sumber Daya Manusia Melalui Pelatihan Digitalisasi Umkm Bagi Masyarakat Kelurahan Turus Kecamatan Patia. *Community Development Journal: Jurnal Pengabdian Masyarakat*, 5(5), 10243-10247.
- [6] Afriansyah, R., Pratama, M. S., Fitriyani, A., Ramadhan, M., & Ventani, E. (2024). Pengembangan dan Pelatihan Digitalisasi E-Commerce UMKM Bangka. *Society: Jurnal Pengabdian dan Pemberdayaan Masyarakat*, 4(2), 124-131.
- [7] Nurjanah, N., Nasihin, N., Indriyani, T., Isnadiyati, A., Sabita, A., Noviana, P., ... & Harahap, A. A. (2024). Pelatihan dan Pendampingan untuk Meningkatkan Potensi Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah (UMKM) di Kelurahan Sawitan. *Warta LPM*, 172-184.
- [8] Amrullah, M., & Putra, J. A. (2024). Sosialisasi dan Pendampingan Usaha Mikro Kecil dan Menengah (UMKM), Entrepreneurship, dan Digitalisasi Bisnis. *JURPIKAT (Jurnal Pengabdian Kepada Masyarakat)*, 5(4), 1332-1344.

- [9] Wahyudiono, A. (2024). Optimalisasi Pemasaran Digital UMKM melalui Pemanfaatan Whatsapp Business dan Marketplace. *SERAMBI: Jurnal Pengabdian Masyarakat*, 1(2), 91-105.
- [10] Pinem, A. P. R., Pungkasanti, P. T., & Aprinta, G. (2024). Mengatasi Hambatan Literasi Digital: Strategi Digital Marketing bagi Pelaku UMKM Kelurahan Truko. *Jurnal Surya Masyarakat*, 6(2).