



PEMANFAATAN TEKNOLOGI DIGITAL UNTUK PEMBERDAYAAN UMKM DESA KAPUTIHAN

Oleh

Yani Sri Mulyani^{1*}, Yanti Apriyani², Miftah Farid Adiwisastra³, Atyla Azfa Al Harits⁴, Fauziah Nur Madinah⁵

^{1,2,3,4,5}Program Studi Sistem Informasi Kampus Kota Tasikmalaya, Fakultas Teknik & Informatika Universitas Bina Sarana Informatika

e-mail: ¹yani.ymn@bsi.ac.id, ²yanti.ynp@bsi.ac.id, ³miftah.mow@bsi.ac.id, ⁴azfaalharits25@gmail.com, ⁵fauziahnurmadinah@icloud.com

Article History:

Received: 11-07-2025

Revised: 29-07-2025

Accepted: 14-08-2025

Keywords:

Utilisation Of Digital Technology, E-Commerce, MSMEs

Abstract: *The use of digital technology for the empowerment of MSMEs can encourage the improvement of competitiveness and market access for business actors. In Kaputihan Village, Jatiwaras District, Tasikmalaya Regency, which has natural products and snack food production, technology has not yet been utilised as a medium to market the produced products. This community service activity is expected to help the community optimise online product marketing, increasing sales and reaching a wider market. The method used in this activity is a workshop training on the Pasar Kaputihan application for the community of MSME actors and village officials as application administrators. With the digital marketing training "Pasar Kaputihan," it is hoped that MSME actors in Kaputihan Village can understand and apply technology in their product marketing processes, thereby expanding their market, increasing sales, and enhancing the competitiveness of their products in the global market. The goal of the E-commerce application for UMKM in Kaputihan Village is to empower the residents' businesses by utilising digital technology so that the wider community can access them. In addition, this application aims to increase visibility to promote products such as handicrafts, traditional foods, or agricultural products from the village. With the presence of this application, it can create innovation and collaboration between the community and the village government, allowing the community to improve their quality of life and the income of Kaputihan village*

PENDAHULUAN

Salah satu kekuatan ekonomi yang selama ini menjadi penunjang ekonomi negara Indonesia dan kekuatan ekonomi daerah adalah kehadiran pelaku usaha, mikro, kecil dan menengah (UMKM) [1]. Pada saat ekonomi dunia dan perekonomian Indonesia mengalami resesi, justru pelaku UMKM tidak sedikitpun tidak terkena dampak negatif resesi ekonomi tersebut, bahkan sebagian besar pelaku UMKM tetap dapat mengembangkan usahanya dalam menunjang perekonomian negara.

UMKM memiliki peranan yang cukup penting bagi perekonomian kerakyatan di

Indonesia karena peranannya dalam penyediaan dan perluasan lapangan pekerjaan [2]. kepada masyarakat, mendukung akselerasi pertumbuhan ekonomi, dan pilar penyusun stabilitas nasional [3].

Jumlah Penduduk Kecamatan Jatiwaras hasil registrasi penduduk pada tingkat Desa pada tahun 2020 adalah 52.019 orang dengan rincian laki-laki 26.414 orang dan Perempuan 25.605 orang, dengan demikian seks rasio penduduk kecamatan Jatiwaras sebesar 103, dan dengan luas wilayah 74,647 Km persegi sehingga kepadatan penduduk per Km persegi adalah sebesar 70 orang. Desa Kaputihan merupakan desa terpadat dengan 105 orang per kilometer [4].

Desa Kaputihan terletak di wilayah Kecamatan. Jatiwaras, Kabupaten. Tasikmalaya, yang terdiri dari 5 dusun 10 RW dan 29 RT yang memiliki populasi sekitar 8.471 jiwa, sebagian besar masyarakatnya bergantung pada sektor pertanian dan UMKM sebagai mata pencaharian utama. Desa ini juga memiliki berbagai potensi, selain olahan rumah produk dari UMKM setempat ada juga hasil masyarakatnya kerajinan tangan seperti kerajinan samak dan kerajinan kayu, yang belum dikelola secara maksimal untuk meningkatkan taraf hidup masyarakatnya. [4]

Saat ini, desa menghadapi beberapa tantangan yang menghambat perkembangan. Kurangnya keterampilan digital masyarakat menyebabkan kesulitan dalam memasarkan produk unggulan desa secara online. Promosi produk unggulan desa yang minim juga membuat potensi lokal kurang dikenal di pasar yang lebih luas.

Perkembangan cepat teknologi informasi saat ini yang umumnya dikenal sebagai jejaring sosial atau media, setiap hari kita tidak melihat siapa pun yang tidak menggunakan teknologi dewasa ini untuk anak-anak, bahkan ada istilah untuk penggunaan teknologi ini, terutama dunia di tangan kita, teknologi datang dalam bentuk perangkat lunak seperti Internet, Facebook, Twitter, WhatsApp, Tik Tok dan perangkat keras, seperti laptop, telepon. [5]

Sehingga dengan memanfaatkan E-Commerce dalam operasional bisnisnya, UMKM akan mendapatkan akses pasar yang lebih luas dan berpeluang menggaet pelanggan baru. Di sisi lain, pelanggan akan lebih mudah mendapatkan informasi yang diperlukan secara online. Berbagai penghematan dan efisiensi akan dicapai seperti dalam hal biaya, pengiriman, komunikasi telepon atau fax, dokumen, transportasi cetakan, waktu dan tenaga kerja. [6]

Digital marketing mempunyai pengaruh yang sangat besar terhadap pemasaran produk karena bisa meningkatkan volume penjualan serta meningkatkan keuntungan bagi pengusaha UMKM. [7]

Digital marketing menjadi salah satu media yang menjadi kewajiban untuk digunakan oleh pelaku usaha di zaman sekarang karena kemampuan baru konsumen dalam mengikuti arus digitalisasi, beberapa pengusaha sedikit demi sedikit mulai meninggalkan model pemasaran konvensional/dan beralih ke pemasaran moderen [8]. Dengan digital marketing komunikasi dan transaksi dapat dilakukan setiap waktu/real time dan bisa diakses ke seluruh dunia, seseorang juga dapat melihat berbagai barang melalui internet, sebagian besar informasi mengenai berbagai produk sudah tersedia di internet, kemudahan dalam pemesanan dan kemampuan konsumen dalam membandingkan satu produk dengan produk lainnya [9]; [10]

Beberapa indikator yaitu meningkatnya pengetahuan dari UMKM digital marketing yang signifikan setelah adanya pelatihan dan meningkatnya keterampilan UMKM



yang ditunjukkan dengan adanya kemampuan anggota UMKM dalam membuat foto produk, katalog produk, pembuatan konten instagram dan pembuatan konten website. Respon positif terhadap pelatihan ini, juga dapat dilihat dengan adanya minat dan ketertarikan UMKM untuk menerapkan digital marketing dalam pemasaran produknya.

Kegiatan Pengabdian Masyarakat ini dirancang untuk menjawab tantangan-tantangan ini dengan melibatkan mahasiswa dalam pengabdian langsung kepada masyarakat. Program ini bertujuan untuk memberikan solusi nyata, seperti pelatihan digital marketing bagi pelaku UMKM, promosi produk lokal melalui platform digital, dan peningkatan teknologi dalam pembelajaran interaktif. Melalui kegiatan ini, diharapkan masyarakat desa dapat lebih berdaya, baik secara ekonomi maupun sosial, serta mahasiswa dapat mengembangkan keterampilan praktis yang relevan dengan dunia kerja [11].

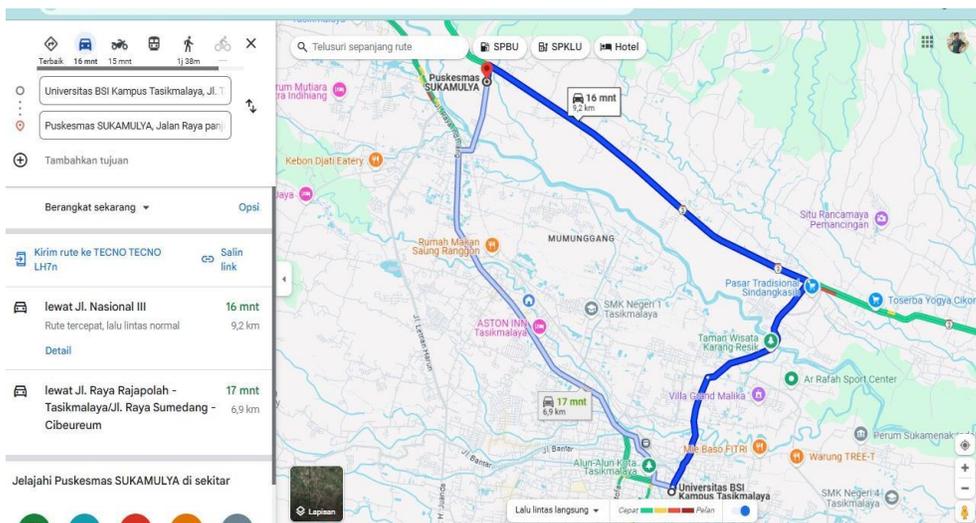
Penelitian yang serupa terkait [11]Pemanfaatan Teknologi Digital untuk Pemberdayaan UMKM digital marketing mempunyai pengaruh yang sangat besar terhadap pemasaran produk karena bisa meningkatkan volume penjualan serta meningkatkan keuntungan bagi pengusaha UMKM.Selain itu pula penelitian yang dilakukan Dyan Triana Putra et all menyoroti dimana lanskap digital terus berkembang [12], penelitian ini mendorong para pemangku kepentingan untuk merangkul potensi e-commerce sambil mengatasi tantangan secara efektif. Pembuat kebijakan dapat menciptakan lingkungan yang memungkinkan untuk adopsi digital, agribisnis dapat memanfaatkan manfaat pemasaran langsung ke konsumen.

Berdasarkan hasil studi literatur yang telah dilakukan, terdapat kekurangan yaitu tidak membahas workshop dan pelatihan e-commerce untuk mendukung pemasaran langsung ke konsumen dan dikenal oleh masyarakat luas .Diperlukan pendampingan UMKM melalui pemanfaatan digital marketing pada platform e-commerce adalah salah satu strategi untuk membantu meningkatkan visibilitas dan penjualan produk-produk UMKM di era digital yang semakin berkembang. Digital marketing dapat menjadi cara yang efektif untuk menjangkau calon pelanggan secara online dan memperluas pasar UMKM.[13]

METODE

Metode pelaksanaan kegiatan pengabdian kepada masyarakat ini berupa pelatihan aplikasi Pasar Kaputihan kepada masyarakat pelaku UMKM dan perangkat desa sebagai admin aplikasi. Kegiatan pengabdian kepada masyarakat ini akan dilaksanakan hari Sabtu, 3 Mei 2025 pukul 08.00 s.d 12.00 WIB, yang bertempat di Aula Desa Kaputihan yang beralamat di jalan Desa Kaputihan, Kecamatan Jatiwaras, Kabupaten Tasikmalaya Jawa Barat 46262.

Kegiatan pengabdian masyarakat ini akan dilaksanakan di Aula Desa Kaputihan di jalan Desa Kaputihan, Kecamatan Jatiwaras, Kabupaten Tasikmalaya .Jarak dari kampus ke lokasi mitra sekitar 25,2 km dari Universitas Bina Sarana Informatika PSDKU Tasikmalaya. Lokasi ini dapat diakses melalui sepeda motor dan mobil dengan waktu tempuh sekitar 58 menit menggunakan mobil dan untuk motor 53 menit.Seperti yang terlohat pada gambar 1 .



Gambar 1. Peta Lokasi Dan Jarak Dari Universitas BSI Kampus Kota Tasikmalaya ke Desa Kaputihan Kecamatan Jatiwaras Kabupaten Tasikmalaya.

Gambar 1 merupakan peta lokasi jarak antara universitas Bina Sarana Informatika kampus Kota Tasikmalaya dengan tempat pengabdian Masyarakat di di Aula Desa Kaputihan yang beralamat di jalan Desa Kaputihan, Kecamatan Jatiwaras, Kabupaten Tasikmalaya Jawa Barat 46262.

Lokasi pengabdian Masyarakat akan disajikan pada gambar 2.



Gambar 2 : Area Depan Aula Kantor Desa Kaputihan Kecamatan Jatiwaras Kabupaten Tasikmalaya

Gambar 2 merupakan lokasi pengabdian Masyarakat Area Depan Aula Kantor Desa Kaputihan Kecamatan Jatiwaras Kabupaten Tasikmalaya. Berikut adalah langkah-langkah metode *Workshop* aplikasi Pasar Kaputihan kepada masyarakat pelaku UMKM dan perangkat desa sebagai admin aplikasi.

Pelaksanaan kegiatan ini akan dilakukan melalui beberapa tahapan sebagai berikut:

1. Sosialisasi

Pada tahap ini, peserta akan diperkenalkan dengan konsep dan pemanfaatan digital

marketing.

2. Workshop Interaktif

Setelah sesi sosialisasi, peserta akan diberikan pelatihan langsung dalam penggunaan aplikasi yang telah dibuat. Peserta akan mendapatkan panduan serta praktik dan dibimbing secara langsung oleh instruktur.

3. Evaluasi dan Diskusi

Pada tahap akhir, peserta akan mengikuti sesi evaluasi untuk mengukur tingkat pemahaman mereka terhadap materi yang telah disampaikan. Selain itu, akan diadakan diskusi mengenai tantangan serta peluang dalam penerapan aplikasi Pasar Kaputihan. Peserta juga dapat berbagi pengalaman dan memberikan umpan balik terkait kegiatan ini.

HASIL

Kegiatan pengabdian masyarakat ini dilaksanakan dalam bentuk kegiatan workshop dan pelatihan untuk mengatasi permasalahan kurangnya pemahaman digital marketing kepada para pelaku UMKM Desa Kaputihan, adalah dengan memberikan edukasi terkait digital marketing serta pemanfaatannya, dengan tema "Pemanfaatan Teknologi Digital untuk Pemberdayaan UMKM Desa Kaputihan". Kegiatan ini akan dilakukan secara tatap muka di Aula Desa Kaputihan Kecamatan Jatiwaras Kabupaten Tasikmalaya.

Adapun kegiatan dijabarkan sebagai berikut:

1. Tahap Penyajian Materi

Pada tahap ini, pemateri menggunakan metode *Workshop* dan ceramah. Materi yang disampaikan kepada masyarakat pelaku UMKM dan perangkat desa sebagai admin aplikasi. penjelasan tentang fitur aplikasi dan cara penggunaannya.



Gambar 3. Penyampaian materi serta pengenalan Aplikasi Berbasis WebKaputihan Mart.

Informasi yang diberikan terkait aplikasi berbasis web kaputihan mart yang bertujuan menyediakan pasar UMKM di Desa Kaputihan. Dengan aplikasi ini mampu menjembatani antara pelaku UMKM Desa Kaputihan dengan masyarakat luas, yang memungkinkan transaksi jual beli secara online tanpa harus keluar desa.

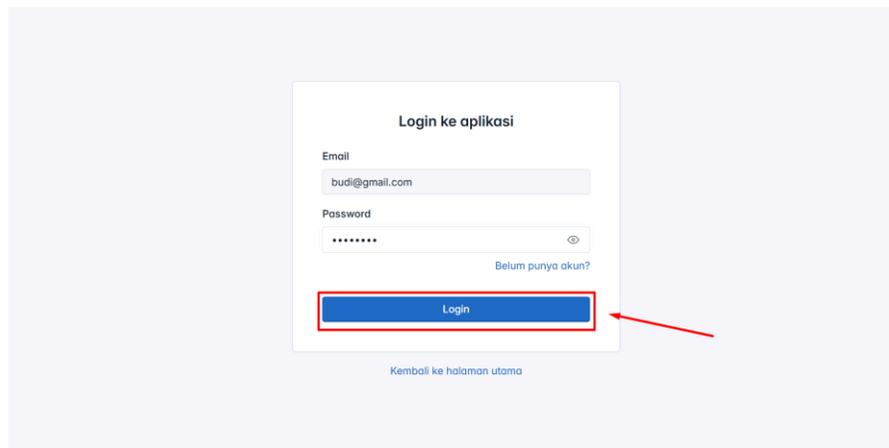
2. Tahap Pelatihan

Pelatihan dilakukan dengan langsung mempraktekan penggunaan aplikasi berbasis web

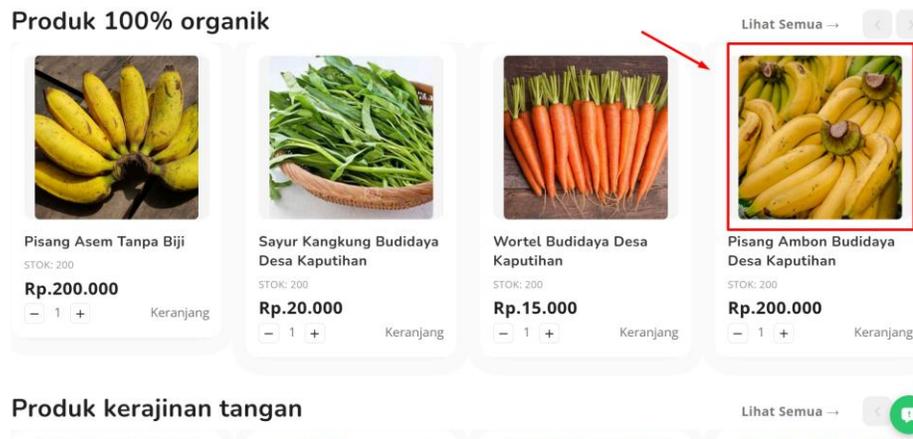
kaputihan mart ,terdapat 3 fitur layanan pada aplikasi yaitu:
Bagian I: Halaman Authentication, Bagian II: Halaman User , Bagian III: Halaman Admin. Dan Panduan Logout untuk Pengguna



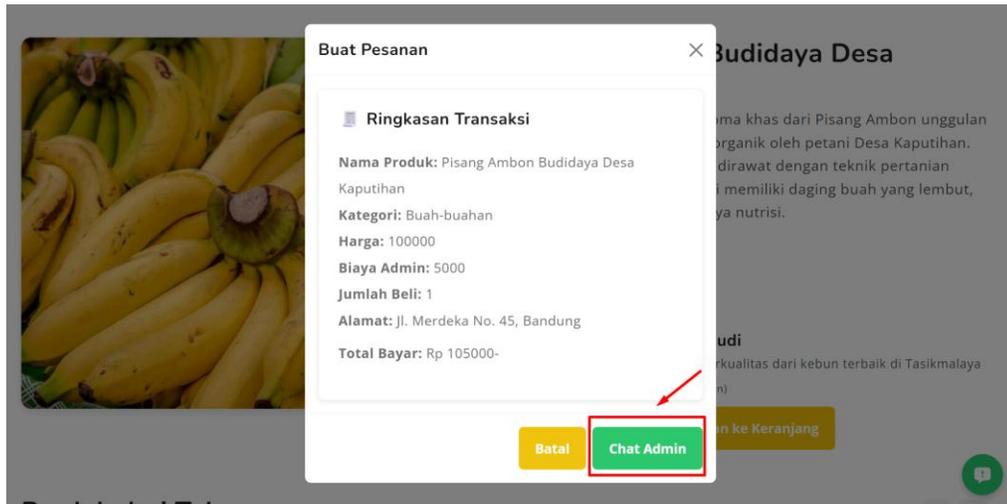
Gambar 4. Halaman utama sebelum login



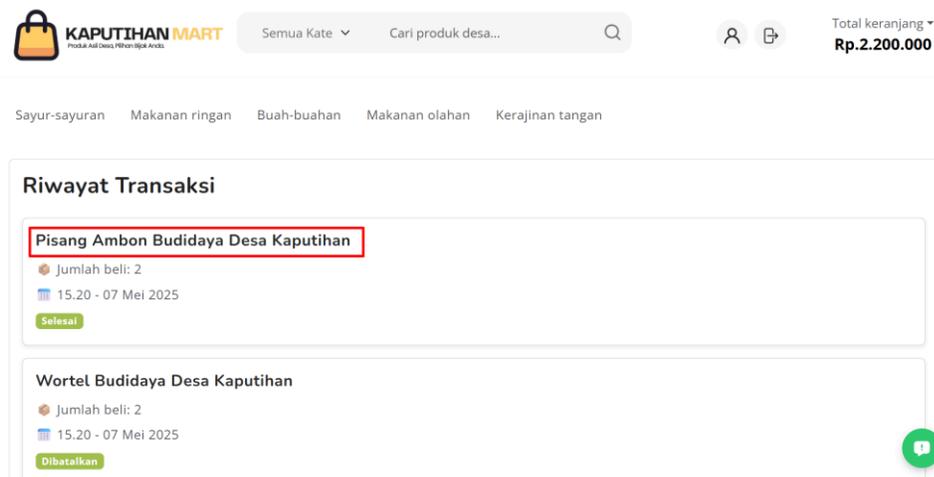
Gambar 5 .Halaman login



Gambar 6. Daftar produk

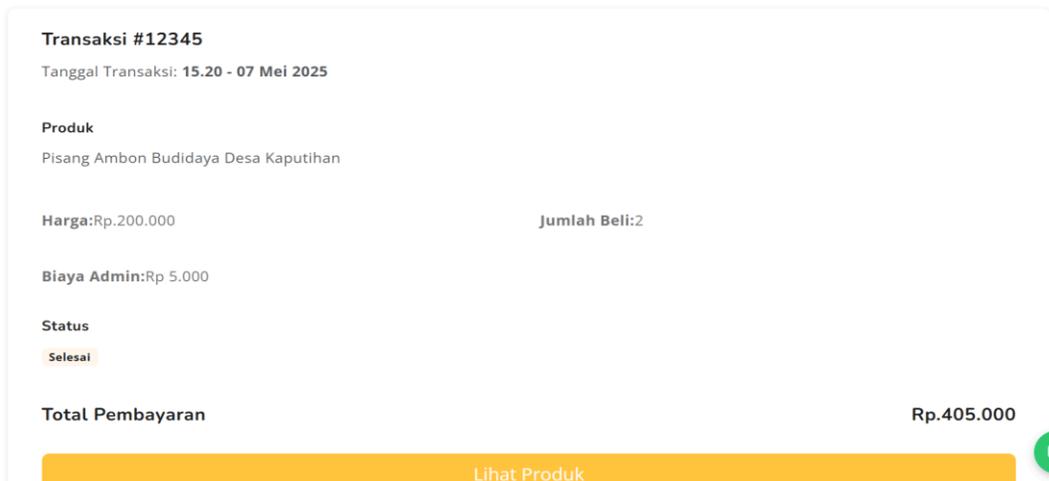


Gambar 7 .Ringkasan transaksi

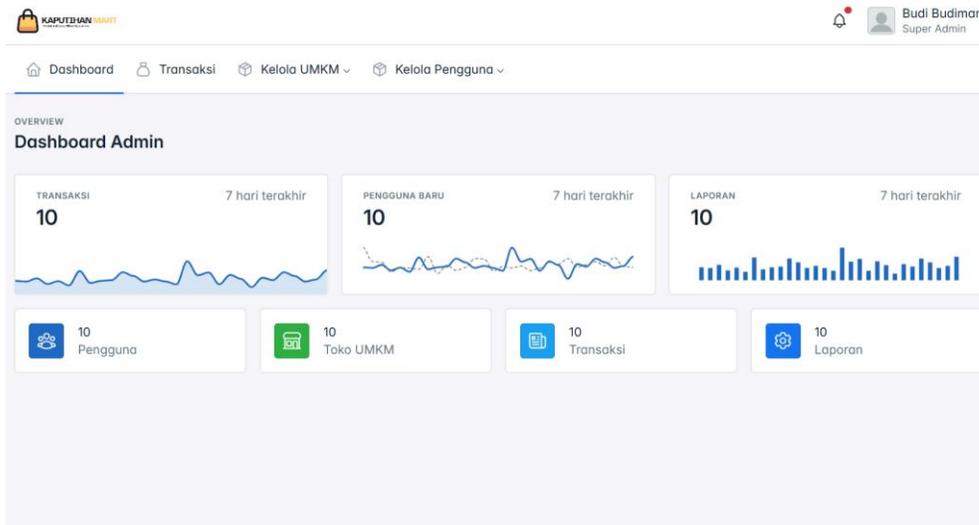


Gambar 8. Daftar transaksi pengguna

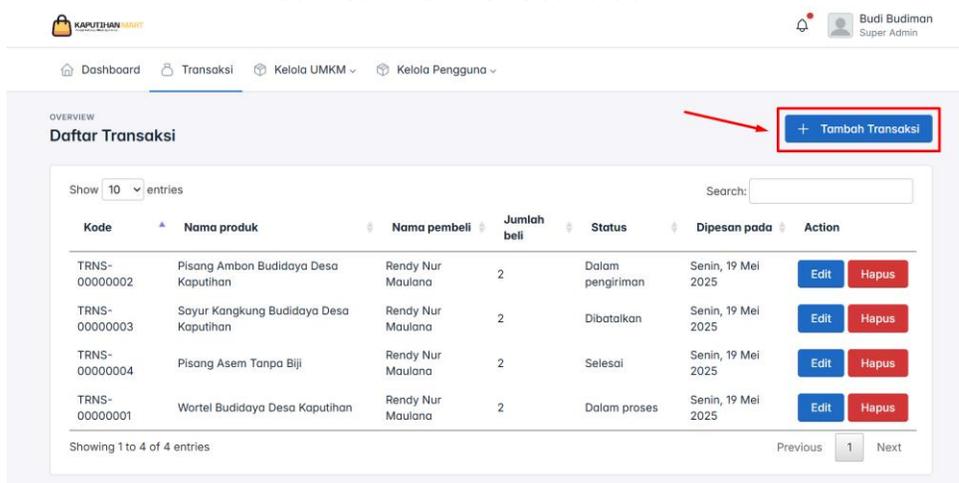
Detail Transaksi



Gambar 9.Detail transaksi pengguna



Gambar 10. Dashboard admin



Gambar 11. Daftar transaksi



Gambar 12 .Demonstrasi Aplikasi Berbasis Web Kaputihian Mart.



Gambar 13. Praktek penggunaan Aplikasi Berbasis Web Kaputihan Mart.



Gambar 14. Peserta *Workshop* penggunaan Aplikasi Berbasis Web Kaputihan Mart.

KESIMPULAN

Kegiatan pengabdian masyarakat ini dilaksanakan dalam bentuk kegiatan workshop dan pelatihan untuk mengatasi permasalahan kurangnya pemahaman digital marketing kepada para pelaku UMKM Desa Kaputihan, adalah dengan memberikan edukasi terkait digital marketing serta pemanfaatannya. Selanjutnya kami menawarkan pelatihan dan pembuatan aplikasi Pasar Kaputihan yang dapat membantu menciptakan inovasi dan kolaborasi antara masyarakat dan pemerintah desa sehingga masyarakat bisa meningkatkan kesejahteraan hidup serta dapat meningkatkan pendapatan Desa Kaputihan. Pemasaran produk dengan menggunakan aplikasi Pasar Kaputihan dapat lebih optimal karena dipasarkan secara online sehingga dapat meningkatkan penjualan dan menjangkau pasar lebih luas. Para pelaku UMKM di Desa Kaputihan dapat memahami dan menerapkan teknologi di dalam proses pemasaran produk mereka sehingga dapat memperluas pasar, meningkatkan penjualan, dan meningkatkan daya saing produk mereka di pasar global. Sehingga dapat disimpulkan dengan menggunakan sistem informasi berbasis web, proses



administrasi dapat dilakukan dengan lebih cepat dan akurat, sehingga tidak ada lagi kesalahan dalam pengelolaan data dan dokumentasi.[14]

DAFTAR REFERENSI

- [1] D. Aryansah, J. E., & Mirani, "Strategi bertahan usaha mikro kecil dan menengah sektor kuliner di masa pandemi covid-19.," in *Prosiding Applicable Innovation of Abadi*, 2020.
- [2] A. Halim, "Pengaruh pertumbuhan usaha mikro, kecil dan menengah terhadap pertumbuhan ekonomi Kabupaten Mamuju," *J. Ilm. Ekon. Pembangunan*, vol. 1, no. 2, pp. 157–172, 2020.
- [3] A. S. Hasnati, Dewi, S., & Utama, "Peningkatan pemahaman pelaku usaha mikro, kecil, dan menengah (UMKM) di Kelurahan Limbungan Kecamatan Rumbai Timur Kota Pekanbaru mengenai bentuk_bentuk pemberdayaan UMKM berdasarkan UU nomor 20 tahun 2008 tentang usaha mikro, kecil dan menengah," *J. Manaj. Pendidik. Dan Pelatih.*, vol. 5, no. 2, pp. 177–184, 2021, [Online]. Available: <https://ejournal.kompetif.com/index.php/d%0Aiklatreview/article/view/676/529>
- [4] BPS Kabupaten Tasikmalaya, *Kecamatan Jatiwaras dalam rangka 2020*. BPS Kabupaten Tasikmalaya, 2020.
- [5] Y. S. Mulyani, T. Wibisono, and A. B. Hikmah, "Pemanfaatan Media Sosial Tiktok Untuk Pemasaran Bisnis Digital Sebagai Media Promosi," *Hospitality*, vol. 11, no. 1, pp. 291–296, 2022, [Online]. Available: <http://stp-mataram.e-journal.id/JHI>
- [6] Y. S. Mulyani, "E-Commerce Solusi Pemasaran UMKM Dalam Mengembangkan Industri Pariwisata Di Tengah Pademi Covid-19 (Studi Kasus UMKM di Kota Tasikmalaya)," *Khasanah Ilmu - J. Pariwisata Dan Budaya*, vol. 12, no. 2, pp. 131–141, 2021, doi: 10.31294/khi.v12i2.11293.
- [7] D. Azmi Fadhilah and T. Pratiwi, "Strategi Pemasaran Produk UMKM Melalui Penerapan Digital Marketing," *Coopetition J. Ilm. Manaj.*, vol. 12, no. 1, pp. 17–22, 2021, doi: 10.32670/coopetition.v12i1.279.
- [8] K. Mavilinda, H., Nazaruddin, A., Nofiawaty, N., Siregar, L., Andriana, I., & Thamrin, "Menjadi 'UMKM Unggul' Melalui Optimalisasi Strategi Pemasaran Digital dalam Menghadapi Tantangan Bisnis di Era New Normal.," *Sricommerce J. Sriwij. Community Serv.*, vol. 1, no. 1, p. <https://doi.org/10.29259/jscs.v2i1.29>, 2021.
- [9] M. M. Supriyanto Eko, "Pengaruh Usaha Mikro, Kecil dan Menengah (UMKM) Perempuan terhadap Kesejahteraan Masyarakat," *Optim. J. Ekon. dan Kewirausahaan*, vol. 13, no. 21, 2019.
- [10] K. Sa'adah, L., & Umam, "Dampak Covid-19 Terhadap Pendapatan Pedagang (Studi Kasus Di Pasar Peterongan Jombang).," *Economicus*, vol. 15, no. 1, pp. 13–23, 2021.
- [11] P. Adi *et al.*, "Pemberdayaan Masyarakat melalui Pelatihan Digital Marketing pada UMKM Produk Pertanian di Desa Bodag, Madiun, Jawa Timur," *PRIMA J. Community Empower. Serv.*, vol. 6, no. 2, p. 126, 2023, doi: 10.20961/prima.v6i2.65249.
- [12] D. T. Putra, Idam Wahyudi, Rissa Megavitry, and Asep Supriadi, "Pemanfaatan E-Commerce dalam Pemasaran Hasil Pertanian: Kelebihan dan Tantangan di Era Digital," *J. Multidisiplin West Sci.*, vol. 2, no. 08, 2023, doi: 10.58812/jmws.v2i08.590.
- [13] I. Kamil, A. A. Bakri, S. Salingkat, A. Ardenny, J. P. Tahirs, and A. Alfiana, "Pendampingan UMKM melalui Pemanfaatan Digital Marketing pada Platform E-Commerce," *Amalee Indones. J. Community Res. Engagem.*, vol. 3, no. 2, pp. 517–526, 2022, doi:



10.37680/amalee.v3i2.2782.

- [14] Y. Sri Mulyani, A. Baitul Hikmah, and H. Sutisna, "Workshop Penerapan Sistem Informasi OSIS Berbasis Web di Lingkungan Yayasan Islam Al-Mubarak Kota Tasikmalaya," *abdimas Bongaya*, vol. 3, no. 1, pp. 21–30, 2023.



HALAMAN INI SENGAJA DIKOSONGKAN



HALAMAN INI SENGAJA DIKOONGKAN