

# ANALISIS TINGKAT KESIAPAN DAN IMPLEMENTASI DIGITALISASI PADA UMKM DI DESA MOJOKRAPAK

Adelya Paramita<sup>1</sup>, Dwi Ermayanti Susilo<sup>2</sup>, Aulia Citra Dewi<sup>3</sup>,  
Tamara Septya Nurpertiwi<sup>4</sup>, Dyah Ayu Intan Stefani<sup>5</sup>.  
Institut Teknologi dan Bisnis (ITEBIS) PGRI Dewantara Jombang  
*Korespondensi\**: [dwi.stiedw@gmail.com](mailto:dwi.stiedw@gmail.com)

## ABSTRAK

Transformasi digital merupakan faktor kunci bagi UMKM di tingkat desa untuk meningkatkan daya saing dan memperluas jangkauan pasar. Namun, sebagian besar pelaku usaha di Desa Mojokrapak masih menghadapi kendala berupa rendahnya literasi digital dan ketergantungan pada metode konvensional dalam menjalankan usahanya. Program Kuliah Kerja Nyata (KKN) ini bertujuan untuk meningkatkan kesiapan digital UMKM melalui Workshop Digitalisasi yang berfokus pada penguatan keterampilan praktis. Metode yang digunakan meliputi survei lapangan, praktik langsung, serta pendampingan secara langsung bagi 20 pelaku usaha. Hasil kegiatan menunjukkan peningkatan signifikan pada pemahaman peserta, di mana mereka kini mampu memanfaatkan media sosial sebagai sarana promosi dan menggunakan aplikasi digital untuk pengelolaan keuangan yang lebih terstruktur. Sebagai kesimpulan, program ini berhasil mendorong adopsi teknologi pada pelaku usaha lokal, sehingga direkomendasikan adanya pendampingan berkelanjutan untuk memperkuat ekosistem ekonomi kreatif di Desa Mojokrapak secara jangka panjang.

**Kata kunci:** UMKM, Digitalisasi Usaha, Desa Mojokrapak, Pemasaran Digital.

## ABSTRACT

*Digital transformation is a key factor for village-level MSMEs to enhance competitiveness and expand market reach. However, most business owners in Mojokrapak Village still face obstacles such as low digital literacy and a heavy reliance on conventional methods in their business operations. This Student Study Service (KKN) program aims to improve the digital readiness of MSMEs through a Digitalization Workshop focused on strengthening practical skills. The methods used include field surveys, hands-on practice, and direct mentoring for 20 business owners. The results of the activity show a significant increase in participants' understanding, as they are now capable of utilizing social media as a promotional tool and using digital applications for more structured financial management. In conclusion, this program has successfully encouraged technology adoption among local entrepreneurs; therefore, continuous mentoring is recommended to strengthen the creative economy ecosystem in Mojokrapak Village in the long term.*

**Keywords:** MSMEs, Business Digitalization, Mojokrapak Village, Digital Marketing

## A. PENDAHULUAN

### 1. Latar Belakang

Perkembangan teknologi digital telah membawa perubahan besar dalam pola pemasaran dan pengelolaan usaha. Saat ini, konsumen lebih banyak mencari informasi dan melakukan transaksi melalui platform digital. Kondisi tersebut menuntut pelaku usaha, termasuk UMKM di wilayah desa, untuk mampu beradaptasi dengan transformasi digital agar tetap kompetitif. Transformasi digital tidak hanya berperan dalam meningkatkan efisiensi operasional, tetapi juga menjadi faktor penting dalam memperluas jangkauan pasar serta meningkatkan daya saing usaha (Andjarwati & Wulan, 2021). UMKM yang mampu mengadopsi teknologi

digital cenderung memiliki performa bisnis yang lebih baik, baik dari sisi produktivitas maupun profitabilitas (Purnomo et al., 2024).

Namun demikian, tingkat kesiapan digital UMKM di Indonesia masih bervariasi, terutama di wilayah pedesaan. Penelitian Anatan & Nur (2023) menunjukkan bahwa kesiapan digital UMKM dipengaruhi oleh tiga aspek utama, yaitu kesiapan teknologi, organisasi, dan sumber daya manusia. Di sisi lain, adanya kesenjangan digital (digital divide) juga menjadi tantangan utama, khususnya terkait keterbatasan literasi digital, infrastruktur, dan akses teknologi (Hakim, 2025)

Desa Mojokrapak memiliki berbagai jenis UMKM, mulai dari usaha kuliner, kerajinan, hingga perdagangan kecil. Berdasarkan hasil observasi awal, sebagian besar pelaku usaha telah menggunakan WhatsApp sebagai sarana komunikasi dengan pelanggan. Namun, pemanfaatan teknologi masih bersifat sederhana dan belum terintegrasi dalam sistem pemasaran digital yang lebih luas. Melihat kondisi tersebut, Tim KKN menyelenggarakan Workshop Digitalisasi UMKM sebagai upaya meningkatkan literasi digital dan mendorong kesiapan pelaku usaha dalam menghadapi persaingan pasar yang semakin berbasis teknologi.

Permasalahan tersebut menunjukkan bahwa tingkat kesiapan digital UMKM di Desa Mojokrapak masih tergolong rendah dan belum terukur secara optimal dalam aspek penggunaan teknologi, pemasaran digital, maupun manajemen usaha berbasis digital. Kondisi ini berpotensi menghambat perkembangan usaha serta membatasi akses pasar yang lebih luas.

Oleh karena itu, diperlukan suatu kegiatan pengabdian kepada masyarakat yang tidak hanya memberikan pemahaman teoritis, tetapi juga mampu meningkatkan keterampilan praktis melalui pelatihan dan pendampingan secara langsung. Pendekatan ini sejalan dengan konsep ekosistem digital yang menekankan pentingnya kolaborasi antara berbagai pihak dalam mendukung transformasi digital UMKM (Aminullah et al., 2022).

Berdasarkan latar belakang tersebut, tujuan dari kegiatan pengabdian ini adalah:

- Meningkatkan literasi dan pemahaman pelaku UMKM di Desa Mojokrapak terkait pentingnya digitalisasi usaha.
- Meningkatkan keterampilan praktis pelaku UMKM dalam memanfaatkan platform digital seperti media sosial, marketplace, dan aplikasi keuangan.
- Mendorong peningkatan kesiapan digital UMKM secara terukur dalam aspek pemasaran, operasional, dan pengelolaan keuangan.
- Membangun dasar ekosistem digital UMKM desa melalui kegiatan pelatihan dan pendampingan yang berkelanjutan.

Dengan adanya tujuan yang jelas ini, diharapkan alur kegiatan pengabdian menjadi lebih terarah dan memberikan dampak yang terukur bagi perkembangan UMKM di Desa Mojokrapak.

## **2. Profil Mitra Binaan**

Mitra binaan dalam kegiatan ini adalah pelaku UMKM di Desa Mojokrapak yang bergerak pada sektor makanan olahan, minuman rumahan, serta produk

kebutuhan harian. Sebagian besar usaha masih berskala mikro dengan sistem pemasaran dari mulut ke mulut. Beberapa pelaku usaha juga telah memiliki media sosial, namun dalam pelaksanaannya masih belum maksimal sebagai sarana pemasaran digital.

Dalam sisi manajemen, sebagian besar pelaku UMKM masih dilakukan secara manual atau bahkan belum melakukan pencatatan keuangan secara rutin atau berkala. Keterbatasan pengetahuan mengenai pentingnya pencatatan keuangan atau pembukuan serta banyak yang menganggap bahwa usaha yang berskala kecil belum perlu melakukan pencatatan keuangan yang terstruktur merupakan salah satu penyebab utamanya. Selain itu, rata-rata para pelaku UMKM masih belum memanfaatkan secara aktif mengenai marketplace atau e-commerce karena minimnya pemahaman teknis pada cara penggunaannya. Beberapa kendala yang dihadapi mitra antara lain:

- Minimnya pemahaman mengenai strategi pemasaran digital
- Belum memiliki akun marketplace aktif
- Pencatatan keuangan masih manual
- Kurangnya desain konten promosi yang menarik

Potensi usaha sebenarnya cukup besar yang juga didukung dengan hasil produk yang baik serta peluang pasar yang luas. Terutama jika didukung dengan strategi pemasaran digitalisasi yang tepat dan maksimal. Oleh karena itu, diperlukan pendekatan pelatihan dan pendampingan secara langsung serta berkelanjutan agar pelaku UMKM dapat memahami dan menerapkan teknologi digital dalam kegiatan usahanya.

## **B. TINJAUAN PUSTAKA**

Transformasi digital pada usaha mikro, kecil, dan menengah (UMKM) merupakan proses perubahan strategis yang mencakup integrasi teknologi digital ke seluruh aspek operasional bisnis, mulai dari model usaha, sistem pemasaran, manajemen keuangan, hingga interaksi dengan pelanggan (Andjarwati & Wulan, 2021). Proses ini tidak sekadar berarti penggunaan alat atau platform digital, melainkan menuntut perubahan mendasar dalam pola pikir, kapabilitas internal, serta cara pelaku usaha memandang peluang di era ekonomi digital. Dalam konteks UMKM di wilayah pedesaan, kompleksitas proses ini semakin bertambah akibat keterbatasan akses informasi, infrastruktur digital yang belum merata, dan rendahnya literasi digital di kalangan pelaku usaha (Purnomo et al., 2024).

Berkaitan dengan hal tersebut, Anatan & Nur (2023) mengidentifikasi bahwa kesiapan digital UMKM terbentuk dari tiga dimensi yang saling terkait, yaitu kesiapan teknologi, kesiapan organisasi, dan kesiapan sumber daya manusia. Kesiapan teknologi mencakup ketersediaan perangkat dan infrastruktur; kesiapan organisasi merujuk pada kemampuan manajerial dalam mengelola perubahan; serta kesiapan SDM berkaitan dengan kompetensi dan kepercayaan diri pelaku usaha dalam menggunakan teknologi. Defisit pada salah satu dimensi saja sudah cukup untuk menghambat proses adopsi digital secara keseluruhan, meskipun dua dimensi lainnya telah terpenuhi. Kondisi inilah yang secara nyata ditemukan pada sebagian besar UMKM di Desa Mojokrapak sebelum program pendampingan dilaksanakan, yaitu pelaku usaha telah memiliki perangkat dasar

berupa smartphone, namun belum memiliki kesiapan organisasional maupun keterampilan digital yang memadai untuk memanfaatkannya secara optimal.

Kondisi tersebut menempatkan literasi digital sebagai fondasi yang harus dibangun terlebih dahulu sebelum intervensi teknis dilakukan. Handayani (2023) menegaskan bahwa program peningkatan kapasitas berbasis literasi digital terbukti lebih efektif mendorong adopsi teknologi dibandingkan pendekatan teknis semata, karena menyentuh dimensi pemahaman konseptual dan keyakinan diri pelaku usaha secara bersamaan. Tanpa landasan literasi yang memadai, pelaku usaha cenderung hanya mampu menggunakan teknologi secara superfisial tanpa memahami potensinya untuk mengembangkan bisnis. Lebih lanjut, rendahnya literasi digital juga menghambat akses terhadap pembiayaan digital, pengelolaan keuangan berbasis aplikasi, dan partisipasi aktif dalam ekosistem e-commerce, tiga aspek yang justru sangat krusial bagi keberlanjutan usaha di era digital (Hidayat et al., 2024).

Mengacu pada temuan tersebut, pendampingan dan pelatihan yang terstruktur diakui sebagai strategi intervensi yang paling tepat dalam mempercepat digitalisasi UMKM, khususnya di daerah dengan keterbatasan akses informasi teknologi (Mulyadi et al., 2023). Pendekatan ini tidak hanya menyampaikan pengetahuan, tetapi juga memastikan bahwa peserta mampu mempraktikkannya secara langsung dalam konteks usaha mereka. Satriana et al. (2025) membuktikan bahwa kombinasi antara pelatihan digital marketing dan pendampingan intensif berhasil meningkatkan skor literasi digital peserta sebesar 38%, dengan 84% UMKM berhasil mengoptimalkan platform digital mereka setelah program dilaksanakan. Hasil ini memperkuat argumen bahwa perubahan perilaku bisnis pelaku UMKM hanya dapat terwujud secara nyata apabila pembelajaran dilakukan melalui praktik langsung yang didampingi, bukan sekadar sosialisasi satu arah. Sejalan dengan itu, Sharon et al. (2026) menunjukkan bahwa pendampingan terpadu yang mencakup digitalisasi keuangan menggunakan spreadsheet digital dan pemasaran melalui media sosial mampu meningkatkan keteraturan pencatatan arus kas sekaligus memperluas jangkauan pemasaran produk UMKM secara bersamaan, dua aspek yang juga menjadi fokus utama kegiatan pendampingan di Desa Mojokrapak.

Efektivitas pelatihan dan pendampingan tersebut, bagaimanapun, tidak dapat berdiri sendiri tanpa dukungan ekosistem yang kondusif. Teori ekosistem digital memandang transformasi UMKM sebagai proses kolaboratif yang melibatkan interaksi antara berbagai aktor dalam sistem yang saling bergantung. Aminullah et al. (2022) memetakan enam elemen kunci ekosistem digital UMKM Indonesia, meliputi pasar digital, inovasi teknologi, sumber daya manusia, pembiayaan digital, adaptasi sosial-teknis, dan dukungan pemerintah. Tanpa integrasi keenam elemen ini, digitalisasi berisiko berlangsung secara parsial dan tidak berkelanjutan. Dalam konteks pedesaan, tantangan ekosistem menjadi lebih kompleks karena infrastruktur dan kapasitas kelembagaan yang masih terbatas. Dwiyantri et al. (2025) menegaskan bahwa keberhasilan transformasi digital UMKM desa sangat bergantung pada sinergi antara pemerintah desa, institusi pendidikan, komunitas digital, dan pelaku usaha itu sendiri, sehingga keterlibatan perguruan tinggi melalui program KKN menjadi mekanisme strategis dalam mengisi celah kapasitas yang tidak mampu dipenuhi oleh satu pihak saja.

Di samping pentingnya ekosistem yang mendukung, transformasi digital yang bermakna juga memerlukan perubahan orientasi kewirausahaan dari pelaku usaha itu

sendiri. Konsep digital entrepreneurship menggambarkan orientasi kewirausahaan yang menempatkan teknologi digital sebagai inti dari penciptaan nilai dan inovasi bisnis, bukan sekadar alat bantu operasional. Sudirman & Nurfaisah (2025) menyatakan bahwa UMKM yang berhasil mengadopsi prinsip ini mampu memperluas pasar melampaui batas geografis, meningkatkan efisiensi melalui otomatisasi, serta membangun keunggulan kompetitif yang berkelanjutan. Bahtiar et al. (2025) menambahkan bahwa transformasi digital yang berorientasi pada keberlanjutan usaha memerlukan penguatan secara simultan pada tiga aspek, yaitu inovasi model bisnis, penguatan kapabilitas teknologi, dan strategi pemasaran berbasis data. Implikasinya bagi program pengabdian ini adalah bahwa materi workshop tidak cukup hanya menyentuh aspek teknis penggunaan platform, tetapi juga harus menanamkan mindset wirausaha digital yang inovatif dan berorientasi jangka panjang.

Namun demikian, upaya membangun mindset kewirausahaan digital tidak dapat dilepaskan dari pemahaman terhadap hambatan struktural dan kultural yang nyata di lapangan. Teori kesenjangan digital (digital divide) menjelaskan ketimpangan yang terjadi dalam akses, kompetensi, dan pemanfaatan teknologi antara wilayah perkotaan dan pedesaan. Hakim (2025) mengidentifikasi bahwa hambatan ini tidak hanya bersifat infrastrukural, tetapi juga kultural, seperti resistensi terhadap perubahan yang dilatarbelakangi oleh faktor usia, kebiasaan bisnis tradisional, dan rendahnya kepercayaan diri dalam berhadapan dengan teknologi. Kondisi ini menyebabkan UMKM pedesaan tertinggal dari kompetisi pasar yang semakin digital dan pada akhirnya memperparah ketimpangan ekonomi antarwilayah. Oleh karena itu, pendekatan pelatihan yang kontekstual, ramah bagi pemula, dan tidak membebani peserta merupakan strategi yang paling relevan untuk menjembatani kesenjangan ini secara bertahap dan terukur.

Relevansi keenam kerangka teori tersebut terlihat jelas dalam setiap tahapan kegiatan Workshop Digitalisasi UMKM di Desa Mojokrapak yang dilaksanakan oleh KKN Kelompok 8 ITEBIS PGRI Dewantara Jombang. Tahap survei awal dirancang untuk memetakan kondisi nyata kesiapan digital para pelaku usaha sebelum intervensi dilakukan, sehingga program yang dirancang benar-benar menjawab kebutuhan aktual di lapangan (Anatan & Nur, 2023). Pelaksanaan workshop kemudian menjawab kesenjangan literasi yang ditemukan, dengan menyampaikan materi secara bertahap dan membaur agar mudah dipahami oleh peserta yang sebagian besar belum familiar dengan platform digital. Pendampingan langsung dalam pembuatan akun Google Maps, WhatsApp Business, Instagram, serta pengelolaan keuangan sederhana berbasis aplikasi menjadi inti dari pendekatan praktis yang dipilih, karena terbukti lebih efektif mengubah perilaku bisnis dibandingkan pelatihan teoritis semata (Mulyadi et al., 2023). Kolaborasi antara mahasiswa KKN, dosen, pemateri profesional, dan aparat desa dalam satu program terpadu mencerminkan wujud nyata dari ekosistem digital yang dibangun secara kolektif (Aminullah et al., 2022). Dengan demikian, kegiatan ini tidak sekadar bersifat teknis, melainkan menjadi upaya pemberdayaan yang memiliki landasan akademis yang kokoh dan relevan dengan konteks pengembangan UMKM desa.

### **C. METODE PELAKSANAAN KEGIATAN**

Metode pelaksanaan kegiatan ini menggunakan pendekatan partisipatif yang di kombinasikan dengan metode pelatihan dan pendampingan, di mana pelaku UMKM

terlibat secara aktif dalam semua tahapan kegiatan, mulai dari mengidentifikasi kebutuhan hingga mengevaluasi hasilnya. Pendekatan ini dimulai dengan metode deskriptif menggunakan survei untuk mengetahui kondisi awal dan permasalahan yang dihadapi. Selanjutnya, dilakukan pelatihan untuk meningkatkan pemahaman mengenai digitalisasi usaha, serta diberikan bimbingan langsung agar mereka bisa mengembangkan keterampilan praktis dalam menggunakan teknologi digital. Selain itu, metode evaluatif digunakan untuk menilai sejauh mana kegiatan berhasil berdasarkan perubahan pemahaman dan penerapan digitalisasi oleh pelaku UMKM, sehingga kegiatan tidak hanya berupa teori saja, tetapi juga mampu memberikan dampak yang nyata dan dapat diukur.

Kegiatan dilakukan dalam beberapa tahap utama, yaitu tahap persiapan, tahap pelaksanaan, dan tahap evaluasi, seperti berikut:

#### 1. Tahap Persiapan

Tahap persiapan dilakukan untuk memahami kebutuhan dan kondisi awal para pengusaha UMKM di Desa Mojokrapak. Kegiatan pada tahap ini meliputi:

- Survei dan Observasi Lapangan  
Tim melakukan wawancara kepada sekitar 20 pelaku usaha mikro dan kecil menengah untuk mengetahui tingkat pemahaman mereka tentang teknologi digital, cara mereka memasarkan produk atau jasa, serta metode pengelolaan keuangan yang digunakan. Data yang didapat digunakan sebagai acuan dalam menyusun program kegiatan.
- Analisis Kebutuhan (Need Assessment)  
Hasil survei dianalisis untuk mengetahui masalah utama yang dihadapi, yaitu penggunaan media sosial yang rendah, belum ada akun di marketplace, serta pencatatan uang masih dilakukan secara manual.
- Penyusunan Materi Pelatihan  
Materi disusun dalam bentuk yang mudah dipahami dan praktis, mencakup digital marketing, cara membuat akun bisnis digital seperti WhatsApp Business, Instagram, dan Google Maps, serta pengenalan aplikasi keuangan digital.
- Koordinasi dan Perizinan  
Tim berkoordinasi dengan perangkat desa mengenai pelaksanaan kegiatan, seperti menentukan tempat, waktu, dan peserta yang akan mengikuti kegiatan tersebut

#### 2. Tahap Pelaksanaan

Tahap pelaksanaan adalah bagian utama kegiatan yang dilakukan dengan cara mengajar dan memberi kesempatan untuk berlatih langsung, meliputi:

- Workshop Digitalisasi UMKM  
Penyampaian materi tentang pentingnya mengadopsi transformasi digital, cara melakukan strategi pemasaran secara digital, dan bagaimana mengelola usaha menggunakan teknologi.
- Praktik Langsung (Hands-on Training)  
Peserta dibimbing secara langsung dalam:
  1. Pembuatan dan pengelolaan akun media sosial bisnis
  2. Pendaftaran lokasi usaha di Google Maps

3. Penyusunan konten promosi sederhana
  4. Penggunaan aplikasi pencatatan keuangan digital
- Pendampingan Intensif  
Tim memberikan bimbingan secara pribadi atau berkelompok agar peserta bisa menerapkan materi yang telah diajarkan.
3. Tahap Evaluasi  
Evaluasi dilakukan agar bisa mengetahui seberapa berhasil kegiatan tersebut dengan lebih jelas. Metode evaluasi yang digunakan meliputi:
    - Evaluasi Pemahaman Peserta  
Diadakan melalui sesi diskusi dan pertanyaan jawaban agar mengetahui sejauh mana pemahaman peserta setelah mengikuti pelatihan.
    - Evaluasi Implementasi
    - Mengukur keberhasilan berdasarkan indikator berikut:
      1. Jumlah usaha mikro kecil menengah yang berhasil membuat akun digital di media sosial atau Google Maps.
      2. Peningkatan aktivitas promosi digital
      3. Penggunaan aplikasi keuangan sederhana
    - Monitoring dan Tindak Lanjut  
Tim melakukan pengawasan setelah acara untuk memastikan bahwa digitalisasi terus diterapkan oleh UMKM.

Dengan cara yang disusun secara rapi dan terukur, kegiatan pengabdian ini diharapkan tidak hanya memberikan informasi, tetapi juga membawa perubahan nyata dalam kemampuan digital para pengusaha kecil di Desa Mojokrapak.

#### D. PELAKSANAAN KEGIATAN

Kegiatan Workshop Digitalisasi UMKM yang dilakukan oleh Tim Pengabdian kepada Masyarakat pada tanggal 07 Februari 2026 bertempat di Balai Desa Mojokrapak. Kegiatan ini ditujukan untuk semua UMKM yang sebelumnya telah mahasiswa Kuliah Kerja Nyata survey dan wawancara mengenai usaha yang sedang dijalankan dengan mengundang pemateri yang berpengalaman dalam bidang Digital Marketing yaitu Bapak Syaiful Imron S.Kom., M.Kom., dan Ibu Arbiati Faizah S.Kom., M.Kom. yang juga sebagai Dosen Sistem Teknologi Informasi di ITEBIS PGRI Dewantara Jombang. Pada proses pelaksanaannya, kegiatan Workshop Digitalisasi UMKM ini memiliki beberapa tahapan utama yang dirancang dan diterapkan dalam upaya memaksimalkan peran digitalisasi untuk meningkatkan daya saing usaha.

**Gambar 1. Pelaksanaan Workshop Digitalisasi UMKM di Desa Mojokrapak**



Diadakannya kegiatan workshop ini berperan untuk memberikan pengetahuan dan wawasan kepada para pelaku UMKM mengenai pentingnya pemanfaatan teknologi digital dalam kegiatan pemasaran, pengelolaan usaha, dan perluasan pasar untuk keberlanjutan usaha. Acara dimulai dengan sambutan dan juga pengenalan mengenai pentingnya digitalisasi usaha dalam menunjang daya saing usaha yang juga menjadi salah satu aspek penting dalam keberlanjutan usaha. Pada sesi pertama, terdapat pembahasan mengenai alasan mengapa para pelaku UMKM harus melakukan transformasi digital dan point utama digitalisasi. Adapun point utama dalam kegiatan digitalisasi antara lain:

1. Pemasaran Digital (Digital Marketing)
2. Pengelolaan Digital (Digital Operations)
3. Keberlanjutan Usaha (Business Sustainability)

Digital marketing bertujuan untuk menjangkau target customer secara efisien dan relevan. Terdapat beberapa aplikasi pendukung dalam pelaksanaan digital marketing, seperti Whatsapp Business, Google Business, Website, Sosial Media (Instagram, Tiktok, Facebook, dll), serta E-Commerce. Selain itu, pada bagian digital operations terdapat beberapa sistem kerja yang dapat diintegrasikan untuk upaya menekan biaya operasional serta menjamin akurasi hasil kerja, seperti sistem kasir & stok (Point of Sales), manajemen keuangan digital, ekosistem pembayaran, manajemen stok, dan keamanan data. Point utama yang ketiga adalah business sustainability yang mencakup analisis data untuk pengambilan keputusan, diversifikasi produk, analisis kompetitor, optimaisasi pengiriman, strategi “Database Marketing”, dan manage sentimen pelanggan. Pada sesi kedua ialah pendampingan dan pelatihan secara langsung kepada para pelaku UMKM di Desa Mojokrapak yang didampingi oleh Bapak Syaiful Imron S.Kom., M.Kom., dan Ibu Arbiati Faizah S.Kom., M.Kom. Pelatihan tersebut antara lain pelatihan dalam pembuatan google maps, whatsapp business, instagram dan juga pendampingan dalam mengoperasikan aplikasi digital keuangan seperti google sheet. Selanjutnya kegiatan Worskshop Digitalisasi UMKM ditutup dengan sesi diskusi dan sesi tanya jawab, serta ajakan untuk dapat menerapkan kembali mengenai materi yang telah disampaikan guna meingkatkan daya saing usaha dan keberlanjutan usaha. Selain itu, terdapat pemberitahuan bahwa setelah terlaksananya kegiatan workshop ini akan ada kegiatan pendampingan lanjutan dari mahasiswa Kuliah Kerja Nyata ITEBIS PGRI Dewantara Jombang mengenai digitalisasi UMKM di Desa Mojokrapak.

**Gambar 2. Pendampingan dan Foto Bersama Workshop Digitalisasi UMKM di Desa Mojokrapak**



Kegiatan workshop diakhiri dengan sesi diskusi dan tanya jawab antara peserta dan narasumber. Pada sesi ini para pelaku UMKM diberikan kesempatan untuk menyampaikan berbagai kendala yang mereka hadapi dalam menjalankan usaha. Diskusi ini menjadi sarana bagi peserta untuk memperoleh solusi praktis terkait penerapan teknologi digital dalam kegiatan usaha sehari-hari.

## E. HASIL DAN PEMBAHASAN

Program pendampingan dalam digitalisasi UMKM yang dilakukan oleh Tim KKN Kelompok 8 ITEBIS PGRI Dewantara Jombang di Desa Mojokrapak, Kecamatan Tembelang, Kabupaten Jombang, mencakup delapan UMKM yang bergerak dalam sektor kuliner dan pengolahan makanan rumah. Delapan UMKM tersebut terdiri dari Catering Tati, D'Silvi Cake, UMKM Bu Farida, UMKM Bu Feni (termasuk usaha keripik usus), Bu Sumarlik (jamu instan), DOCAN, Afika Bakery, dan Izza Donat and Kue. Semua UMKM yang mendapat dukungan ini adalah usaha mikro dengan karakteristik produksi skala kecil, manajemen yang sederhana, serta keterbatasan dalam tenaga kerja dan modal.

Untuk memperkuat hasil kegiatan, pelaksanaan program ini tidak hanya dideskripsikan secara naratif, tetapi juga dilengkapi dengan data evaluasi yang mencerminkan tingkat pemahaman peserta, keberhasilan implementasi digitalisasi, serta capaian program secara lebih terukur.

### 1. Kondisi Awal UMKM Sebelum Pendampingan

Gambar 3. Survei UMKM di Desa Mojokrapak



Survei yang dilakukan di awal menunjukkan bahwa banyak pelaku UMKM masih menjalankan bisnis mereka dengan cara tradisional, baik dalam pemasaran maupun pencatatan keuangan. Biasanya, strategi pemasaran dilakukan melalui promosi dari mulut ke mulut, menitipkan produk di toko-toko setempat, atau melalui jaringan sosial keluarga dan tetangga. Meskipun cara ini masih cocok di lingkungan desa, namun kurang efektif dalam meningkatkan jangkauan pasar.

Dalam hal administrasi keuangan, hampir semua UMKM masih mencatat secara manual dan sederhana, bahkan beberapa di antaranya hanya mengandalkan ingatan tanpa ada pencatatan tertulis yang sistematis. Tidak ada pemisahan yang jelas antara modal dan keuntungan bersih, sehingga pemilik usaha sulit dalam menilai perkembangan usahanya secara objektif. Situasi ini menunjukkan bahwa pengelolaan usaha masih bersifat informal dan belum mengimplementasikan prinsip manajemen keuangan yang terstruktur dengan baik.

Dari perspektif digitalisasi, tingkat penggunaan teknologi sangat bervariasi. Dua UMKM, yakni D'Silvi Cake dan DOCAN, telah menunjukkan kesiapan digital yang cukup baik sebelum pendampingan. Kedua usaha ini sudah memanfaatkan media sosial seperti Instagram dan Facebook untuk promosi, menggunakan WhatsApp Business sebagai saluran komunikasi dengan pelanggan, serta telah mendaftarkan lokasi mereka di Google Maps. DOCAN bahkan telah mengadopsi sistem pembayaran digital untuk meningkatkan efisiensi dalam transaksi.

Di sisi lain, Afika Bakery dan Izza Donat and Kue telah mulai menggunakan media sosial atau WhatsApp Business, namun belum terhubung dengan optimal pada platform digital lainnya. Selain itu, Catering Tati, UMKM Bufeni, Bu Sumarlik, dan Bu Farida masih mengalami keterbatasan signifikan dalam pemanfaatan teknologi digital. Beberapa di antara mereka belum memiliki akun Google Maps, belum menggunakan Instagram sebagai media promosi, dan belum menerapkan sistem pembayaran non-tunai. Rendahnya tingkat digitalisasi ini dipengaruhi oleh faktor usia, keterbatasan dalam literasi digital, kekhawatiran mengenai kompleksitas teknologi, serta kurangnya perangkat pendukung.

Berdasarkan hasil survei awal tersebut, dilakukan pengukuran sederhana terhadap tingkat pemahaman pelaku UMKM terkait digitalisasi usaha. Hasil pengukuran awal menunjukkan bahwa sebagian besar pelaku UMKM masih memiliki tingkat pemahaman yang rendah, khususnya pada aspek pemasaran digital dan pencatatan keuangan berbasis aplikasi.

Tabel 1 Tingkat Pemahaman Awal UMKM

Indikator	Persentase
Pemasaran Digital	30%
Penggunaan Media Sosial	40%
Pencatatan Keuangan Digital	20%

## 2. Proses dan Implementasi Pendampingan

Gambar 4. Pendampingan Workshop Digitalisasi Pada Pelaku Usaha UMKM



Pendampingan dilakukan secara bertahap dengan pendekatan yang edukatif dan praktik langsung. Tim pengabdian tidak hanya memberikan penjelasan teoritis tentang pentingnya digitalisasi melalui *Workshop* Digitalisasi UMKM, tetapi juga membantu

secara langsung dalam pembuatan dan pengelolaan akun digital. Catering Tati menerima pendampingan untuk pembuatan akun di Google Maps dan Instagram sebagai langkah awal dalam membangun identitas digital usaha. Tujuan dari langkah ini adalah untuk meningkatkan keterlihatan usaha dan memudahkan calon pelanggan dalam menemukan lokasi usaha tersebut. Bu Sumarlik menerima bantuan dalam membuat akun Google Maps dan Linktree untuk menggabungkan semua informasi produk dalam satu tautan yang mudah dibagikan. Izza Donat and Kue juga dibuatkan akun Google Maps serta mengoptimalkan katalog di WhatsApp Business agar tampilan produknya lebih teratur dan menarik bagi konsumen.

Selain itu, peserta UMKM mendapatkan informasi tentang pentingnya menjaga konsistensi konten promosi, penggunaan foto produk yang menarik, serta pencatatan keuangan yang sederhana. Pada UMKM Bufeni dan Bu Farida, pendampingan lebih diarahkan untuk meningkatkan pemahaman tentang pentingnya digitalisasi sebagai strategi dalam meningkatkan daya saing, meskipun penerapan teknisnya belum sepenuhnya optimal.

Selain pelaksanaan workshop dan pendampingan, kegiatan ini juga dilengkapi dengan evaluasi melalui sesi diskusi dan tanya jawab untuk mengukur tingkat pemahaman peserta setelah menerima materi. Pendekatan ini dilakukan agar hasil kegiatan tidak hanya bersifat deskriptif, tetapi juga dapat menunjukkan peningkatan kapasitas peserta secara nyata.

### 3. Tingkat Keberhasilan Digitalisasi

Menurut evaluasi akhir, dari delapan UMKM yang dibantu, ada enam UMKM yang telah berhasil mengadopsi digitalisasi dalam usaha mereka, baik sebelum maupun sesudah mendapatkan program pendampingan. Keenam UMKM itu adalah D'Silvi Cake, DOCAN, Afika Bakery, Catering Tati, Bu Sumarlik, dan Izza Donat and Kue. Keberhasilan ini terlihat dari kepemilikan dan penggunaan aktif platform digital seperti Google Maps, Instagram, Facebook, serta WhatsApp Business untuk komunikasi dan promosi produk.

Sementara itu, dua UMKM lainnya yaitu UMKM Bu Farida dan UMKM Bu Feni masih dalam proses penyesuaian dan belum sepenuhnya mengimplementasikan digitalisasi dengan maksimal. Jadi, tingkat keberhasilan digitalisasi dalam program ini mencapai 75%.

**Gambar 5. Pendampingan Digitalisasi Pada Pelaku Usaha UMKM di Desa Mojokrapak**



Untuk memperjelas hasil kegiatan, tingkat keberhasilan digitalisasi dapat disajikan sebagai berikut:

Tabel 2 Tingkat Keberhasilan Digitalisasi UMKM

Kategori	Jumlah	Persentase
Berhasil Menerapkan	6	75%
Belum Optimal	2	25%

Selain itu, berdasarkan evaluasi setelah kegiatan workshop dan pendampingan, terjadi peningkatan pemahaman peserta terhadap digitalisasi usaha.

Tabel 3 Perbandingan Pemahaman Peserta

Indikator	Sebelum	Sesudah
Pemasaran Digital	30%	80%
Media Sosial	40%	85%
Keuangan Digital	20%	70%

#### 4. Analisis Dampak Digitalisasi

Digitalisasi yang diterapkan memberikan dampak positif pada peningkatan visibilitas dan profesionalisme usaha. Keberadaan lokasi usaha di Google Maps memudahkan konsumen menemukan alamat usaha, terutama bagi pelanggan dari luar desa setempat. Selain itu, pemasaran melalui media sosial memungkinkan pelaku usaha untuk menampilkan variasi produk dengan cara yang lebih menarik dan teratur, sehingga dapat meningkatkan kepercayaan konsumen.

Penggunaan WhatsApp Business dengan fitur katalog juga mempercepat komunikasi dan pemesanan. Konsumen bisa melihat daftar produk secara langsung tanpa perlu bertanya satu per satu, sehingga meningkatkan efisiensi dalam transaksi. Pada UMKM yang sudah menerapkan sistem pembayaran digital, proses transaksi menjadi lebih mudah dan aman.

Namun, pada tahap awal ini, digitalisasi masih berfokus pada aspek pemasaran dan peningkatan visibilitas. Implementasi pencatatan keuangan berbasis aplikasi dan integrasi dengan marketplace belum sepenuhnya dijalankan. Hal ini menunjukkan bahwa transformasi digital UMKM di desa masih berada pada tahap awal dan memerlukan bimbingan lebih lanjut.

Dampak kegiatan juga ditunjukkan melalui perubahan perilaku pelaku UMKM, seperti meningkatnya penggunaan media sosial untuk promosi, pemanfaatan fitur katalog pada WhatsApp Business, serta mulai diterapkannya komunikasi digital dengan pelanggan. Hal ini menunjukkan bahwa kegiatan tidak hanya memberikan pengetahuan, tetapi juga menghasilkan implementasi nyata dalam usaha.

#### 5. Tantangan dan Implikasi

Hambatan utama dalam digitalisasi tidak hanya bersifat teknis, tetapi juga psikologis dan sosial. Beberapa pelaku usaha merasa ragu dalam menggunakan teknologi karena faktor usia serta kebiasaan berbisnis secara tradisional. Di samping itu, keterbatasan perangkat seperti kapasitas memori ponsel dan ketiadaan laptop juga menjadi penghalang dalam mengelola akun digital dengan optimal.

Meskipun begitu, capaian 75% dalam digitalisasi menunjukkan bahwa pendekatan pendampingan langsung yang bersifat partisipatif efektif dalam meningkatkan kesiapan teknologi UMKM. Program ini menunjukkan bahwa digitalisasi dapat dimulai dari langkah- langkah sederhana, seperti pembuatan Google Maps dan pemaksimalan media sosial, sebelum beralih ke tahapan yang lebih rumit. Secara keseluruhan, hasil pendampingan menunjukkan bahwa transformasi digital UMKM di Desa Mojokrapak berada dalam proses menuju sistem usaha yang lebih modern dan responsif. Dengan dukungan berkelanjutan dari pemerintah desa, dinas terkait, dan institusi pendidikan, digitalisasi dapat menjadi alat strategis untuk meningkatkan daya saing, memperluas akses pasar, dan memperkuat ketahanan ekonomi pelaku usaha mikro di tingkat desa.

Meskipun demikian, capaian program yang mencapai 75% menunjukkan bahwa kegiatan workshop dan pendampingan telah memberikan dampak yang cukup signifikan. Oleh karena itu, diperlukan indikator lanjutan seperti peningkatan omzet, jumlah pelanggan, dan intensitas penggunaan platform digital untuk memperkuat hasil kegiatan di masa mendatang.

## **F. PENUTUP**

Pelaksanaan Workshop Digitalisasi UMKM di Desa Mojokrapak telah memberikan dampak positif yang nyata terhadap peningkatan kesiapan digital para pelaku usaha. Melalui edukasi dan praktik langsung, para peserta berhasil memperoleh pemahaman baru mengenai strategi pemasaran serta pengelolaan bisnis berbasis teknologi. Indikator kinerja digitalisasi yang mencapai angka 75% membuktikan bahwa pelaku usaha di desa ini memiliki keterbukaan yang tinggi terhadap perubahan, asalkan didukung dengan bimbingan yang relevan dan aplikatif.

Namun, disadari bahwa transformasi ini tidak dapat terjadi secara instan. Kendala seperti keterbatasan fasilitas teknis dan pola pikir konvensional masih menjadi tantangan dalam proses adaptasi. Oleh karena itu, sebagai langkah strategis untuk memastikan keberlanjutan program dan pengembangan digitalisasi UMKM di masa mendatang, maka direkomendasikan beberapa poin krusial sebagai berikut:

1. Pertama, diperlukan adanya pendampingan teknis secara spesifik dan bertahap. Fokus pengembangan selanjutnya tidak lagi hanya pada pengenalan platform, melainkan pada penguasaan konten kreatif, manajemen inventaris digital, hingga pemanfaatan data transaksi sederhana untuk pengambilan keputusan bisnis.
2. Kedua, pentingnya inisiasi pembentukan komunitas digital lokal atau "Rumah UMKM Mojokrapak" sebagai wadah bertukar pikiran. Forum ini diharapkan dapat menjadi ekosistem pendukung di mana antar-pelaku usaha dapat saling berbagi pengalaman dan melakukan kolaborasi pemasaran bersama secara kolektif.
3. Ketiga, penguatan sinergi lintas sektor. Pemerintah desa bersama perguruan tinggi perlu merancang skema keberlanjutan melalui penyediaan fasilitas akses internet publik yang lebih stabil di titik-titik sentra usaha serta mempermudah akses ke lembaga pembiayaan digital yang resmi.

Dengan adanya kolaborasi yang konsisten antara pemerintah desa, akademisi, dan pelaku usaha, digitalisasi tidak akan berhenti sebagai kegiatan seremonial belaka. Langkah awal yang telah dibangun melalui program KKN ini diharapkan dapat

berkembang menjadi sebuah ekosistem ekonomi digital yang mandiri, kompetitif, dan mampu memperkuat ketahanan ekonomi masyarakat Desa Mojokrapak secara berkelanjutan.

### GAMBAR Mencakup:

#### 1. Foto saat survey UMKM.



#### 2. Foto saat pelaksanaan workshop.



#### 3. Foto saat Pendampingan UMKM.



### DAFTAR PUSTAKA

Aminullah, E., Fizzanty, T., Nawawi, N., Suryanto, J., Pranata, N., Maulana, I., Ariyani, L., Wicaksono, A., Suardi, I., Azis, N. L. L., & Budiatri, A. P. (2022). Interactive Components of Digital MSMEs Ecosystem for Inclusive Digital Economy in Indonesia. *Journal of the Knowledge Economy*, 15(1), 487–517. <https://doi.org/10.1007/s13132-022-01086-8>

- Anatan, L., & Nur. (2023). Micro, Small, and Medium Enterprises' Readiness for Digital Transformation in Indonesia. *Economies*, 11(6), 156. <https://doi.org/10.3390/economies>
- Andjarwati, T., & Wulan, V. R. (2021). Technology Transformation: Promoting Sustainable Indonesia MSMEs and Cooperative by Digitalization. *JEJAK: Journal of Economics and Policy*, 14(2), 364–383. <https://doi.org/10.15294/jejak.v14i2.31662>
- Bahtiar, H., Rabbany, L. R., Bele, Y. F., Husna, M., & Matulesy, G. S. (2025). Digital transformation towards sustainability: Challenges and opportunities for Indonesian MSMEs. *Jurnal Ekonomi Dan Bisnis*, 28(1), 131–150.
- Dwiyanti, A. A. R., Ayub, Z., Masriadi, Asdar, & Sahid, A. (2025). Strategies for Strengthening Local Businesses through Digital Marketplace Transformation in the New Economy Era in Bone Regency. *Perspektif*, 14(4), 688–699. <https://doi.org/10.31289/perspektif.v14i4.15854>
- Hakim, R. L. (2025). Challenges of Village Digitalization Implementation in Indonesia: A Literature Review. *SSRN Electronic Journal*. <https://doi.org/https://dx.doi.org/10.2139/ssrn.5522261>
- Purnomo, S., Nurmalitasari, N., & Nurchim, N. (2024). Digital transformation of MSMEs in Indonesia: A systematic literature review. *Journal of Management and Digital Business*, 4(2), 301–312. <https://doi.org/10.53088/jmdb.v4i2.1121>
- Sudirman, N., & Nurfaisah. (2025). Digital Entrepreneurship and Business Innovation: Strategies for Indonesian SMEs in the Era of Industry 4.0. *Journal of Indonesian Scholars for Social Research Copyright*, 5(1), 24–34.
- Arrahima, I., Faizah, A., Mutiarni, R., & Lestari, V. I. (2025). Digital Business Boost: Transformasi Digital UMKM Desa Latsari Mojowarno Jombang. Prosiding SNEB (Seminar Nasional Ekonomi dan Bisnis Dewantara), 2025, 23–28. <https://ejournal.stiedewantara.ac.id/index.php/SNEB/article/view/1399>
- Dwijayanti, R., Prasety, D. W., & Rekitana, E. (2025). Seminar Digital Marketing di Desa Sidokerto Guna Meningkatkan Daya Saing UMKM di Era Digital. Prosiding SNEB (Seminar Nasional Ekonomi dan Bisnis Dewantara), 2025, 17–22. <https://ejournal.stiedewantara.ac.id/index.php/SNEB/article/view/1398>