

Peningkatan Ekonomi Digital pada Usaha Kerajinan Kulit melalui Optimalisasi Teknologi Informasi

¹⁾Anggraini Puspita Sari*, ²⁾Astrini Aning Widoretno, ³⁾Firza Prima Aditiawan, ⁴⁾Agung Mustika Rizki
^{1), 3), 4)} Program Studi Informatika, Universitas Pembangunan Nasional Veteran Jawa Timur, Surabaya, Indonesia
²⁾Program Studi Akuntansi, Universitas Pembangunan Nasional Veteran Jawa Timur, Surabaya, Indonesia
Email Corresponding: anggraini.puspita.if@upnjatim.ac.id

INFORMASI ARTIKEL	ABSTRAK
Kata Kunci: Ekonomi Digital UMKM Kerajinan Kulit Pemasaran Digital Teknologi Informasi	Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah (UMKM) memiliki peran strategis dalam perekonomian Indonesia, baik sebagai penyedia lapangan kerja maupun sebagai kontributor terhadap Produk Domestik Bruto (PDB). Digitalisasi ekonomi menjadi salah satu strategi utama untuk meningkatkan daya saing, efisiensi operasional, dan akses pasar bagi UMKM, khususnya dalam sektor kerajinan kulit. Mitra kegiatan pengabdian kepada masyarakat ini adalah Prima Semesta Alam, sebuah UMKM di sektor kerajinan kulit yang berlokasi di Gunung Anyar, Surabaya. Kegiatan ini bertujuan untuk meningkatkan kapasitas daya saing dan akselerasi transformasi digital ekonomi mitra usaha. Pelaku UMKM di sektor ini menghadapi berbagai tantangan, termasuk keterbatasan dalam pemanfaatan teknologi digital untuk pemasaran dan penjualan produk secara online. Tim pengabdian dari Universitas Pembangunan Nasional Veteran Jawa Timur (UPNVJT) berkolaborasi antara program studi Informatika dan Akuntansi untuk melaksanakan pelatihan dan pendampingan komprehensif. Program ini mencakup penggunaan platform digital, penerapan strategi pemasaran berbasis data, dan optimalisasi media sosial untuk memperluas jangkauan pasar. Hasil dari kegiatan ini menunjukkan peningkatan signifikan dalam pemahaman pelaku usaha mengenai teknologi informasi, penguasaan platform digital untuk e-commerce, serta potensi peningkatan penjualan hingga 25% melalui adopsi strategi pemasaran digital. Hal ini mengindikasikan bahwa integrasi teknologi digital dapat menjadi katalisator bagi pertumbuhan ekonomi berkelanjutan di sektor UMKM, khususnya dalam menghadapi tantangan era industri 4.0.
	ABSTRACT
Keywords: Digital Economy MSMEs Leather Crafts Digital Marketing Information Technology	Micro, Small, and Medium Enterprises (MSMEs) play a strategic role in Indonesia's economy, both as providers of employment opportunities and contributors to the Gross Domestic Product (GDP). Economic digitalization has become one of the primary strategies to enhance competitiveness, operational efficiency, and market access for MSMEs, particularly in the leather craft sector. The partner for this community service activity is Prima Semesta Alam, an MSME specializing in leather crafts located in Gunung Anyar, Surabaya. This initiative aims to enhance the competitive capacity and accelerate the economic digital transformation of the partner enterprise. MSME actors in this sector face various challenges, including limited utilization of digital technology for marketing and online sales. A team from Universitas Pembangunan Nasional Veteran Jawa Timur (UPNVJT), in collaboration with the Informatics and Accounting study programs, conducted comprehensive training and mentoring. The program encompassed the use of digital platforms, the application of data-driven marketing strategies, and the optimization of social media to expand market reach. The results of this activity demonstrated a significant improvement in the participants' understanding of information technology, mastery of digital platforms for e-commerce, and the potential for a 25% increase in sales through the adoption of digital marketing strategies. These findings indicate that the integration of digital technology can serve as a catalyst for sustainable economic growth in the MSME sector, particularly in addressing the challenges of the Industry 4.0 era.
	This is an open access article under the CC-BY-SA license. 

I. PENDAHULUAN

Dalam beberapa tahun terakhir, perkembangan teknologi informasi dan komunikasi telah memberikan dampak yang signifikan pada berbagai sektor ekonomi, termasuk sektor Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah (UMKM). UMKM memiliki kontribusi yang penting terhadap perekonomian nasional, tidak hanya sebagai penyedia lapangan kerja tetapi juga sebagai kontributor terhadap Produk Domestik Bruto (PDB) (Irawan & Priliantini, 2020; Suprayogi & Razak, 2019; Prasetyo & Handoko, 2018). Digitalisasi ekonomi telah membuka peluang bagi UMKM untuk meningkatkan daya saing, efisiensi, dan akses pasar (Handayani, Puspitasari, & Putri, 2021; Fazlurrahman, Dhenabayu, & Indarwati, 2023).

Salah satu sektor UMKM yang dapat meraih manfaat besar dari digitalisasi adalah sektor kerajinan kulit. UMKM pada sektor ini memiliki potensi besar untuk memanfaatkan teknologi digital dalam meningkatkan daya saing dan efisiensi (Sari & Kusuma, 2020; Nugroho & Santoso, 2019). Namun, adopsi teknologi digital dalam UMKM masih menghadapi berbagai tantangan, termasuk kurangnya pemahaman tentang teknologi, tingginya biaya investasi, dan keterbatasan akses terhadap infrastruktur digital (Wahyuni, Rahayu, & Riyanto, 2019; Puspita & Aminah, 2018; Rachmawati, Nugraha, & Suhendra, 2020).

Perkembangan ekonomi digital di Indonesia telah mendorong sektor UMKM, termasuk kerajinan kulit, untuk beradaptasi dengan pemanfaatan teknologi informasi guna memperluas jangkauan pasar (Zakir, 2016; Yulianto, 2017; Wahyudi, Sari, & Aditiawan, 2023). Di kawasan Gunung Anyar, Surabaya, UMKM di bidang kerajinan kulit masih menghadapi kesulitan dalam menjangkau konsumen yang lebih luas dan bersaing dengan produk-produk sejenis. Salah satu solusi yang diusulkan adalah melalui optimalisasi teknologi informasi, khususnya dalam strategi pemasaran digital.

Menurut Fazlurrahman, Dhenabayu, & Indarwati (2023) menyoroti bahwa pengrajin kulit sering kali gagal memanfaatkan tren konsumen yang semakin beralih ke platform digital. Dengan strategi digital marketing seperti mobile commerce dan penggunaan chatbot, UMKM dapat meningkatkan kesadaran merek serta volume penjualan (Mukarromah, 2016; Utomo, Wirawan, & Widodo, 2020; Sari, Al Haromainy, & Purnomo, 2024). Salah satu pelaku UMKM yang bergerak dalam sektor kerajinan kulit adalah Prima Semesta Alam yang terletak di Gunung Anyar, Surabaya. Selain itu, Prima Semesta Alam menjadi mitra dalam kegiatan pengabdian masyarakat dengan kolaborasi antara program studi Informatika dan Akuntansi, Universitas Pembangunan Nasional Veteran Jawa Timur.

Kegiatan pengabdian kepada masyarakat ini bertujuan untuk memperkuat daya saing mitra usaha sekaligus mempercepat proses transformasi ekonomi digital. Selain itu, kegiatan ini menawarkan pendekatan yang inovatif dengan mengintegrasikan strategi digital marketing berbasis data dan teknologi informasi untuk UMKM kerajinan kulit. Fokus utama adalah memberikan pelatihan praktis dalam penggunaan platform digital, pemanfaatan media sosial, dan strategi pemasaran berbasis mobile commerce. Pendekatan ini tidak hanya berkontribusi pada peningkatan penjualan tetapi juga memberikan solusi praktis bagi UMKM untuk menghadapi tantangan dalam mengakses pasar global. Strategi ini relevan dengan penelitian sebelumnya yang menunjukkan bahwa digitalisasi di sektor UMKM dapat memberikan dampak positif pada pertumbuhan usaha dan memperluas akses pasar. Optimalisasi teknologi informasi, terutama melalui digital marketing, dapat menjadi katalisator bagi peningkatan ekonomi digital UMKM kerajinan kulit di Indonesia, khususnya dalam menghadapi tantangan era industri 4.0 (Handayani, Puspitasari, & Putri, 2021; Puspita & Aminah, 2018).

II. MASALAH

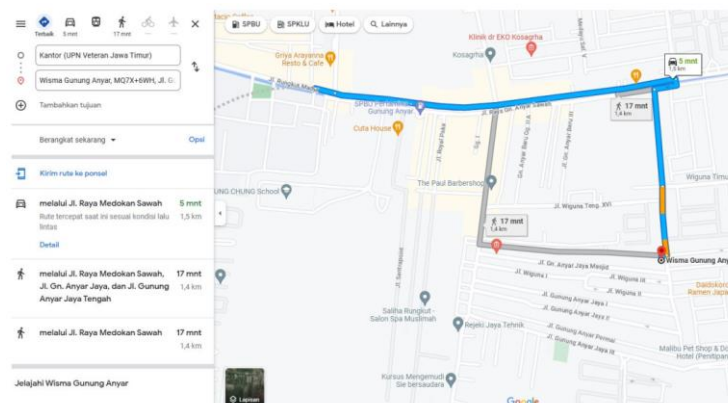
Permasalahan yang dihadapi mitra dalam usaha kerajinan kulit antara lain, akses terbatas ke pasar, modal yang terbatas, minimnya strategi branding dan promosi serta kurangnya kemampuan untuk bersaing dengan merek besar. Selain itu, kurangnya pengetahuan tentang teknologi digital dan kurangnya akses terhadap infrastruktur digital juga menjadi hambatan bagi pertumbuhan pelaku UMKM ini. Dalam memasuki era persaingan digital saat ini, pelaku UMKM membutuhkan peningkatan ekonomi digital pada usaha kerajinan kulit yang dimiliki. Gambaran umum tempat mitra UMKM ditunjukkan dalam Gambar 1.



Gambar 1 Gambaran Umum Tempat Mitra UMKM

III. METODE

Prima Semesta Alam merupakan UMKM dengan bentuk badan usaha Commanditaire Vennootschap (CV) yang didirikan pada tahun 2020 berlokasi di Taman Wisma Gunung Anyar Selatan Indah V Nomor 1 Kota Surabaya Provinsi Jawa Timur. Jarak mitra UMKM dari Universitas Pembangunan Nasional Veteran Jawa Timur adalah 1,5 km atau sekitar 5 menit berkendara menggunakan mobil. Gambar 2 menunjukkan peta lokasi mitra UMKM.



Gambar 2 Peta Lokasi Mitra UMKM

Kegiatan pengabdian kepada masyarakat ini berlangsung selama 1 tahun, yaitu dari Juni 2024 – Mei 2025. Tahapan kegiatan pengabdian kepada masyarakat pada mitra UMKM adalah sebagai berikut:

1. Identifikasi Kebutuhan

Tahap awal dilakukan dengan mengidentifikasi permasalahan yang dihadapi oleh pelaku usaha kerajinan kulit dengan melakukan survei lokasi meliputi keterbatasan dalam penggunaan teknologi informasi dan strategi pemasaran.

2. Sosialisasi

Sosialisasi kegiatan pengabdian kepada masyarakat dilaksanakan melalui pertemuan antara tim pelaksana dan mitra UMKM. Dalam pertemuan tersebut, tim pelaksana memaparkan tahapan pelaksanaan program pengabdian, teknologi informasi yang dapat diimplementasikan untuk memasarkan produk mitra kepada konsumen, dan solusi yang dirancang untuk mengatasi permasalahan yang dihadapi mitra.

3. Analisis Masalah

Berdasarkan hasil pertemuan antara tim pelaksana dan mitra, dilakukan analisis permasalahan yang dihadapi. Dari analisis tersebut, disepakati langkah-langkah bersama untuk meningkatkan ekonomi digital melalui optimalisasi pemanfaatan teknologi informasi.

4. Desain sistem ekonomi digital

Setelah selesai dilakukan analisis masalah, maka langkah selanjutnya ialah mendesain sistem yang akan diimplementasikan untuk memberikan solusi terhadap permasalahan yang dihadapi mitra.

5. Implementasi sistem ekonomi digital

Berdasarkan desain sistem yang telah dibuat, maka langkah berikutnya adalah mengimplementasikan sistem yang telah dirancang, diantaranya pengembangan database, pembuatan perangkat lunak sistem ekonomi digital dengan memanfaatkan teknologi informasi dan sebagainya.

6. Integrasi dan pengujian

Sesudah tahapan implementasi selesai, maka perlu dilakukan integrasi dan pengujian untuk memastikan bahwa solusi yang dikembangkan memenuhi kebutuhan dan beroperasi dengan baik.

7. Pelatihan penggunaan sistem ekonomi digital

Selanjutnya, tim pelaksana memberikan pelatihan intensif mengenai sistem digital ekonomi yang telah dibuat. Pelatihan ini dilakukan pada pemilik dan pegawai atau admin mitra yang akan mengelola sistem tersebut.

8. Pendampingan dan Evaluasi

Setelah pelatihan, dilakukan pendampingan secara intensif untuk memastikan penerapan teknologi dalam pemasaran produk. Evaluasi dilakukan terhadap keberhasilan implementasi sistem yang dibuat. Hasil pendampingan menunjukkan bahwa digital branding yang kuat dapat membantu produk lebih dikenal dan diterima di pasar global.

IV. HASIL DAN PEMBAHASAN

Kegiatan pengabdian kepada masyarakat ini telah sampai pada tahapan ke 7 yaitu pelatihan penggunaan sistem ekonomi digital berupa *website*. Untuk tahap akhir, baru akan terlaksana akhir bulan Desember 2024 hingga Mei tahun 2025 untuk selalu mendampingi mitra jika kesulitan dalam penggunaan *website*. Selain itu juga, tim membantu mitra mengevaluasi pengaruh digitalisasi ekonomi dan memberikan saran kepada mitra tentang hasil tersebut. Pelatihan penggunaan *website* kepada mitra ditunjukkan dalam Gambar 3. *Website* mitra UMKM dapat diakses pada link berikut ini <https://kerajinankulit.biz.id/>. *Main page website* mitra ditunjukkan dalam Gambar 4. Pada *Main page* tercantum kontak mitra, jam operasional, dan gambaran umum tentang mitra. Selain itu, pada *website* tercantum pilihan Bahasa yang bisa digunakan dengan harapan bisa memberikan kemudahan kepada *customer* dari luar negeri dan juga beberapa pilihan media sosial yang langsung terhubung ke sosial media mitra. Untuk 2 pilihan ini, masih dalam tahap pengembangan dan belum direalisasikan secara utuh.



Gambar 3 Pelatihan Penggunaan Website kepada Mitra



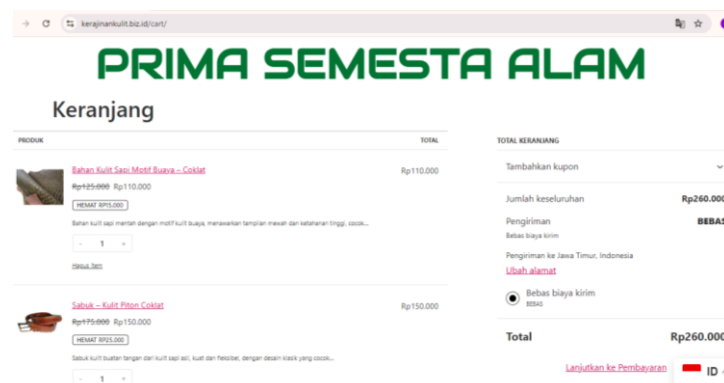
Gambar 4 Main Page Website Prima Semesta Alam

Pada *website* ini terlampir juga produk dari mitra yaitu kerajinan kulit yang ditunjukkan dalam Gambar 5. Produk yang diperjualbelikan oleh mitra terdapat 2 jenis, yaitu barang setengah jadi dan barang jadi. Barang setengah jadi yang dimaksud ialah kulit hewan seperti kulit ular, kulit biawak dan sebagainya yang sudah mengalami proses tertentu tetapi belum dijadikan produk tertentu. Barang jadi yang dimaksud ialah kulit hewan sudah dijadikan produk tertentu, misal dompet, sabuk, tas dan sebagainya. Produk kerajinan kulit ini biasanya hanya digunakan oleh orang-orang yang sudah dewasa diatas 30 tahun. Dengan adanya digitalisasi ini, diharapkan bisa menjangkau semua kalangan masyarakat dari remaja sampai orang tua.



Gambar 5 Sample Produk pada Website Prima Semesta Alam

Pemesanan produk mitra dapat dilakukan dengan mengklik tambahkan ke keranjang yang ditunjukkan dalam Gambar 5. Kemudian *page* menuju ke *page* keranjang yang ditunjukkan dalam Gambar 6. *Customer* dapat memilih beberapa produk yang diinginkan dan apabila telah yakin untuk membeli, maka *customer* dapat melakukan pembayaran dengan mengklik lanjutkan ke pembayaran. Saat *customer* melakukan pembayaran diperlukan memilih metode pembayaran dan mengisi nama dan alamat pengiriman. Setelah melakukan pembayaran, maka *customer* perlu untuk mengupload bukti pembayaran. Barang yang dipesan *customer* baru akan dikirim jika sudah divalidasi.



Gambar 6 Sample Pemesanan pada Website Prima Semesta Alam

V. KESIMPULAN

Kegiatan pengabdian kepada masyarakat ini berhasil meningkatkan kemampuan pelaku usaha kerajinan kulit di Gunung Anyar, Surabaya dalam memanfaatkan teknologi digital untuk pemasaran. Hasil kegiatan menunjukkan adanya potensi pertumbuhan ekonomi digital yang signifikan pada sektor UMKM ini, dan mitra usaha dapat memperluas jangkauan pasar secara signifikan, meningkatkan visibilitas produk, dan memanfaatkan fitur digital untuk mendukung transaksi online yang efisien. Selain itu, penerapan teknologi ini juga mendorong mitra untuk lebih adaptif terhadap perubahan tren konsumen di era digital. Ke depan, diharapkan implementasi lebih lanjut dari teknologi digital dapat membantu UMKM di daerah ini dalam meningkatkan daya saing dan memperluas jangkauan pasar secara global.

UCAPAN TERIMA KASIH

Ucapan terima kasih terutama ditujukan kepada Lembaga Penelitian dan Pengabdian kepada Masyarakat (LPPM), Universitas Pembangunan Nasional Veteran Jawa Timur sebagai pemberi dana dalam skema pengabdian kepada masyarakat UPN Mengabdi. Ucapan terima kasih juga disampaikan kepada mitra kegiatan ini yaitu Prima Semesta Alam dan pihak-pihak yang membantu pelaksanaan kegiatan Pengabdian.

DAFTAR PUSTAKA

- Fazlurrahman, H., Dhenabayu, R., & Indarwati, T. A. (2023). Implementation of Digital Marketing as a Revitalization Strategy for MSME Leather Crafts at the Bag and Luggage Industry Cooperative. *Proceedings of the International Joint Conference on Arts and Humanities 2022 (IJCAH 2022)* (pp. 1331-1338). Surabaya: Universitas Negeri Surabaya.
- Handayani, R., Puspitasari, D., & Putri, Y. (2021). Pengaruh Digitalisasi terhadap Pertumbuhan UMKM. *Jurnal Ekonomi Digital*, 45-58.
- Irawan, P. L., & Priliantini, R. R. (2020). Pemberdayaan usaha kecil menengah (UKM) melalui implementasi E-Commerce di Kelurahan Tlogomas. *Jurnal Solma*, 33-44.
- Mukarromah, O. (2016). Peran Teknologi Pendidikan Islam Pada Era Global. *Jurnal Manajemen Pendidikan Islam (AN-NIDHOM)*, 91-105.
- Nugroho, S., & Santoso, B. (2019). Strategi Pengembangan UMKM Melalui Pemanfaatan Teknologi Digital. *Jurnal Manajemen*, 32-47.
- Prasetyo, T., & Handoko, A. (2018). Peningkatan Daya Saing UMKM Melalui E-Commerce. *Jurnal Pemasaran Digital*, 14-28.
- Puspita, D., & Aminah, S. (2018). Sistem Informasi Manajemen Kewirausahaan Pedesaan Berbasis Web Multimedia. *Jurnal Sistem Informasi Musirawas (JUSIM)*, 80-87.
- Rachmawati, E., Nugraha, R., & Suhendra, D. (2020). Faktor-Faktor yang Mempengaruhi Adopsi Teknologi Digital pada UMKM. *Jurnal Teknologi Informasi*, 112-126.
- Sari, A. P., & Kusuma, F. (2020). Pengaruh Transformasi Digital terhadap Produktivitas UMKM. *Jurnal Ekonomi dan Bisnis*, 223-235.
- Sari, A. P., Al Haromainy, M. M., & Purnomo, R. (2024). Implementasi Metode Rapid Application Development Pada Aplikasi Sistem Informasi Monitoring Santri Berbasis Website. *Decode: Jurnal Pendidikan Teknologi Informasi*, 316-325.
- Suprayogi, B., & Razak, A. (2019). Implementasi pemasaran digital dalam meningkatkan pendapatan pelaku UMKM Pamokolon Ciamis. Produktif. *Jurnal ilmiah pendidikan teknologi informasi*, 16-24.
- Utomo, T., Wirawan, W., & Widodo, E. (2020). Digitalisasi dan Peran Pemerintah dalam Pengembangan UMKM. *Jurnal Administrasi Bisnis*, 90-100.
- Wahyudi, E., Sari, A. P., & Aditiawan, F. P. (2023). Website Creation as Means of Digitizing MSME Products for School Uniforms at Agung's Collection. *Nusantara Science and Technology Proceedings* (pp. 410-415). Surabaya: Universitas Pembangunan Nasional Veteran Jawa Timur.
- Wahyuni, S., Rahayu, D., & Riyanto, A. (2019). Tantangan dan Peluang UMKM dalam Era Digital. *Jurnal Manajemen Digital*, 74-88.
- Yulianto, A. (2017). Implementasi Teknologi Informasi dalam Pengembangan UMKM. *Jurnal Sistem Informasi*, 59-67.
- Zakir, A. (2016). Rancang Bangun Responsive Web Layout Dengan Menggunakan Bootstrap Framework. *Jurnal Nasional Informasi dan Teknologi Jaringan (InfoTekJar)*, 7-10.