

Transformasi UMKM Berbasis Digital Pada Wirausaha Muda

¹⁾**Abdurrahman Senuk***, ²⁾**Yetty**, ³⁾**Firdaus Duko**, ⁴⁾**Muamil Sun'an**, ⁵⁾**M Nur Gamtohe**

^{1,2,3,4,5)}Program Studi Ilmu Ekonomi Pembangunan, Universitas Khairun, Ternate, Maluku Utara, Indonesia
Email Corresponding : Man.senuk@gmail.com

INFORMASI ARTIKEL	ABSTRAK
Kata Kunci: UMKM Digital Wirausaha Muda Literasi Digital	Transformasi digital telah menjadi faktor penting dalam pengembangan Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah (UMKM) di Indonesia. Kegiatan Pengabdian kepada Masyarakat (PKM) ini bertujuan untuk meningkatkan literasi digital dan keterampilan kewirausahaan siswa SMA Negeri 2 Kota Ternate sebagai wirausaha muda potensial. Metode pelaksanaan mencakup persiapan materi, penyampaian melalui ceramah interaktif, studi kasus, praktik penggunaan platform digital, serta evaluasi dengan pre-test dan post-test. Hasil kegiatan menunjukkan adanya peningkatan signifikan dalam pemahaman konsep digitalisasi UMKM, strategi pemasaran digital, pemanfaatan marketplace, dan analisis data usaha. Hal ini membuktikan bahwa program pelatihan berbasis praktik mampu memberikan dampak nyata bagi peningkatan kapasitas generasi muda dalam menghadapi tantangan ekonomi digital. Temuan ini sekaligus menegaskan pentingnya dukungan berkelanjutan dari institusi pendidikan dan pemangku kepentingan lainnya untuk memperluas dampak transformasi UMKM berbasis digital di daerah.
Keywords: Digital MSMEs Young Entrepreneurs Digital Literacy	Digital transformation has become an important factor in the development of Micro, Small, and Medium Enterprises (MSMEs) in Indonesia. This Community Service (PKM) activity aims to improve the digital literacy and entrepreneurial skills of students at SMA Negeri 2 Kota Ternate as potential young entrepreneurs. The implementation method included material preparation, delivery through interactive lectures, case studies, practical use of digital platforms, and evaluation with pre-tests and post-tests. The results of the activity showed a significant increase in understanding of the concepts of MSME digitalization, digital marketing strategies, marketplace utilization, and business data analysis. This proves that practice-based training programs can have a real impact on increasing the capacity of the younger generation to face the challenges of the digital economy. These findings also emphasize the importance of continued support from educational institutions and other stakeholders to expand the impact of digital-based MSME transformation in the region.

This is an open access article under the CC-BY-SA license.



I. PENDAHULUAN

UMKM berbasis digital merupakan salah satu motor penggerak perekonomian Indonesia yang memiliki potensi besar untuk terus berkembang di era transformasi digital (Muhardono and Satrio 2021). Perkembangan teknologi memungkinkan UMKM untuk beralih dari model bisnis konvensional menuju digital. Perubahan ini memberikan peluang besar bagi pelaku usaha untuk menjangkau pasar yang lebih luas, meningkatkan efisiensi operasional, serta menghadirkan produk dan layanan yang lebih inovatif sesuai dengan kebutuhan masyarakat modern (Syukron Arjuna et al. 2022). Kontribusi UMKM berbasis digital tidak hanya dirasakan pada sektor ekonomi makro, tetapi juga secara langsung menyentuh masyarakat dengan menciptakan lapangan kerja baru serta mengurangi ketimpangan sosial ekonomi (M. N. Qomar et al. 2022). Artinya, peran UMKM digital tidak hanya berfokus pada aspek komersial, tetapi juga memiliki dampak sosial yang signifikan. Transformasi ini menjadikan UMKM sebagai instrumen penting dalam mendorong pembangunan ekonomi yang inklusif dan berkelanjutan.

Meski demikian, perkembangan UMKM digital di Indonesia masih menghadapi sejumlah hambatan yang menghalangi potensi maksimalnya. Rendahnya literasi digital di kalangan Wirausaha Muda menjadi salah satu kendala utama dalam mengoptimalkan teknologi (Muhammad Aras Prabowo et al. 2023). Selain itu,

keterbatasan infrastruktur, akses permodalan, serta minimnya pelatihan teknis juga memperlambat proses transformasi, khususnya di daerah terpencil yang memiliki keterbatasan akses teknologi (Wasan and Anita Sariningsih 2021). Kondisi ini menunjukkan bahwa transformasi digital tidak hanya memerlukan penguasaan teknologi, tetapi juga perubahan paradigma dalam pengelolaan usaha. Transformasi digital sendiri sebenarnya membuka peluang yang sangat besar melalui strategi pemasaran berbasis data, perluasan jaringan distribusi melalui platform online, serta peningkatan daya saing di tingkat global. Namun, semua itu tidak dapat terwujud tanpa adanya dukungan yang memadai berupa edukasi, pelatihan, dan akses terhadap teknologi yang relevan. Faktor-faktor ini menjadi kunci utama untuk mempercepat proses digitalisasi UMKM dan memastikan keberlanjutannya.

Salah satu daerah yang memiliki potensi besar dalam pengembangan UMKM digital adalah Kota Ternate, dengan kekayaan budaya dan sumber daya alamnya. UMKM di Ternate banyak bergerak di sektor pariwisata, kuliner, dan kerajinan tangan, namun sebagian besar masih mengandalkan metode pemasaran tradisional sehingga pasar yang lebih luas belum tergarap optimal. Kondisi serupa juga terjadi di kalangan generasi muda, termasuk siswa SMA Negeri 2 Kota Ternate yang memiliki semangat kewirausahaan tetapi terbatas dalam pemanfaatan teknologi. Melalui kegiatan Pengabdian kepada Masyarakat (PKM) bertajuk “*Transformasi UMKM Berbasis Digital pada Wirausaha Muda*”, program ini dirancang untuk memberikan edukasi dan pelatihan terkait strategi digitalisasi agar siswa memiliki pengetahuan serta keterampilan untuk mengembangkan usaha mikro yang lebih kompetitif di era digital.

II. MASALAH

SMA Negeri 2 Kota Ternate memiliki siswa yang potensial untuk menjadi wirausaha muda, namun keterbatasan literasi digital menjadi hambatan utama. Beberapa permasalahan yang diidentifikasi meliputi:

1. Rendahnya pemahaman siswa mengenai digitalisasi UMKM.
2. Minimnya fasilitas pendukung kewirausahaan berbasis teknologi.
3. Tidak adanya program pelatihan sistematis terkait strategi digitalisasi.
4. Produk usaha yang dihasilkan siswa masih dipasarkan secara lokal tanpa memanfaatkan platform digital.

Permasalahan ini menunjukkan perlunya intervensi dalam bentuk edukasi dan pelatihan melalui kegiatan Pengabdian kepada Masyarakat (PKM) untuk membekali siswa dengan pengetahuan dan keterampilan digital.



Gambar 1. Foto Bersama Peserta PKM Siswa SMA Negeri 2 Kota Ternate

III. METODE

Kegiatan Pengabdian kepada Masyarakat (PKM) ini dilaksanakan oleh tim dosen Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Khairun pada bulan April 2025 di SMA Negeri 2 Kota Ternate, Kota Ternate, Maluku Utara. Sasaran kegiatan adalah 40 siswa kelas XI dan XII yang dipilih berdasarkan minat dan keterlibatan mereka dalam kegiatan kewirausahaan sekolah. Pemilihan sasaran dilakukan melalui koordinasi dengan pihak sekolah untuk memastikan peserta adalah siswa yang memiliki motivasi dan potensi mengembangkan usaha berbasis digital.

Proses Kegiatan

Metode pelaksanaan PKM terdiri dari beberapa tahapan utama:

1. Persiapan

Tahap ini mencakup survei awal untuk mengidentifikasi kebutuhan siswa terkait literasi digital, perumusan materi pelatihan, serta koordinasi dengan pihak sekolah. Bahan ajar yang digunakan berupa modul digitalisasi UMKM, slide presentasi, serta perangkat praktik (laptop, proyektor, dan smartphone siswa).

2. Pelaksanaan Kegiatan

1. **Penyampaian Materi:** Materi inti yang disampaikan meliputi konsep digitalisasi UMKM, tantangan dan peluang digitalisasi, strategi pemasaran digital, serta pentingnya analisis data sederhana untuk mendukung usaha (Syukron Arjuna et al. 2022);.
2. **Studi Kasus:** Pemateri menghadirkan contoh sukses UMKM kuliner dan fashion lokal yang mampu memperluas pasar melalui digital marketplace.
3. **Diskusi Interaktif:** Siswa terlibat dalam tanya jawab dan menyampaikan gagasan terkait pemanfaatan teknologi dalam usaha kecil.
4. **Praktik Langsung:** Siswa berlatih membuat konten pemasaran digital menggunakan smartphone masing-masing dan diperkenalkan pada analisis data penjualan sederhana.

3. Evaluasi Kegiatan

Evaluasi dilakukan dengan pre-test dan post-test untuk mengukur peningkatan pemahaman siswa mengenai digitalisasi UMKM. Selain itu, angket kepuasan diberikan untuk menilai efektivitas metode penyampaian. Hasil evaluasi menunjukkan adanya peningkatan pengetahuan siswa rata-rata 45% setelah kegiatan berlangsung.

Bahan dan Peralatan

Bahan utama yang digunakan adalah modul pelatihan digitalisasi UMKM yang disusun oleh tim dosen berdasarkan literatur terkini (Muhammad Aras Prabowo et al. 2023);(Wasan and Anita Sariningsih 2021). Peralatan yang digunakan meliputi proyektor, laptop, jaringan internet sekolah, serta smartphone siswa sebagai alat praktik pemasaran digital. Jumlah bahan ajar yang disiapkan adalah 40 eksemplar modul cetak dan 1 softcopy yang diakses melalui perangkat masing-masing.

Analisis Data

Data hasil evaluasi dianalisis menggunakan metode deskriptif kuantitatif, dengan menghitung rata-rata skor pre-test dan post-test untuk melihat peningkatan pemahaman siswa. Hasil angket dianalisis secara deskriptif kualitatif untuk menggambarkan respon siswa terhadap kegiatan. Rancangan metode ini, kegiatan PKM dapat direplikasi oleh pihak lain dengan menyesuaikan materi, jumlah peserta, dan fasilitas yang tersedia.

IV. HASIL DAN PEMBAHASAN

Kegiatan Pengabdian kepada Masyarakat (PKM) dengan tema *Transformasi UMKM Berbasis Digital pada Wirausaha Muda* dilaksanakan di SMA Negeri 2 Kota Ternate dengan melibatkan 40 siswa kelas XI dan XII. Proses pelaksanaan kegiatan meliputi penyampaian materi, studi kasus, diskusi interaktif, hingga praktik digitalisasi UMKM sederhana. Tujuan utama kegiatan adalah membekali siswa dengan pengetahuan serta keterampilan dasar mengenai digitalisasi UMKM agar mereka mampu mengembangkan usaha berbasis teknologi.

Indikator tercapainya tujuan kegiatan diukur melalui pre-test dan post-test yang diberikan kepada peserta. Hasil menunjukkan adanya peningkatan rata-rata pemahaman sebesar 45% setelah mengikuti seluruh rangkaian kegiatan. Tolak ukur keberhasilan juga ditunjukkan dari respon positif peserta, di mana 85% siswa menyatakan kegiatan ini bermanfaat dan relevan dengan kebutuhan kewirausahaan masa kini.

Keunggulan luaran dari kegiatan ini adalah penyampaian materi yang aplikatif dengan contoh nyata UMKM lokal yang telah berhasil mengembangkan usaha melalui platform digital. Hal ini membuat siswa lebih mudah memahami peluang sekaligus tantangan dalam dunia usaha modern. Selain itu, adanya praktik pembuatan konten pemasaran digital berbasis smartphone memberi pengalaman langsung bagi siswa untuk mencoba strategi digital marketing secara sederhana.

Namun demikian, kegiatan ini juga menghadapi sejumlah kelemahan. Keterbatasan infrastruktur teknologi, seperti jaringan internet yang tidak selalu stabil, menjadi kendala dalam praktik digitalisasi. Selain itu, masih ada sebagian siswa yang kurang familiar dengan aplikasi digital marketing, sehingga membutuhkan

pendampingan lebih intensif. Walaupun begitu, kondisi ini justru menjadi bahan evaluasi untuk merancang program lanjutan yang lebih berkelanjutan di masa depan.

Tingkat kesulitan kegiatan relatif sedang, karena materi dapat diterima siswa dengan baik berkat penggunaan bahasa sederhana dan pendekatan studi kasus lokal. Peluang pengembangan kegiatan ke depan sangat terbuka, baik dalam bentuk program lanjutan berupa workshop intensif maupun pendampingan berkelanjutan dalam pengembangan UMKM siswa berbasis digital. Dengan demikian, PKM ini bukan hanya memberikan dampak jangka pendek berupa peningkatan pengetahuan, tetapi juga mendorong semangat wirausaha muda untuk berdaya saing di era digital.



Gambar 2. Suasana Kegiatan ketika penyampaian materi dari narasumber

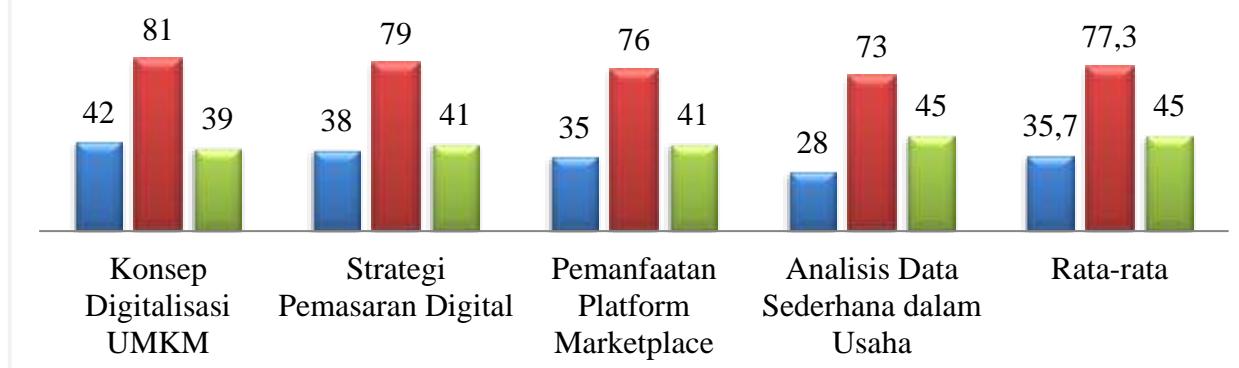
Tabel 1. Hasil Pre-test dan Post-test Peserta PKM

No	Indikator Pemahaman	Pre-test (%)	Post-test (%)	Peningkatan (%)
1	Konsep Digitalisasi UMKM	42	81	39
2	Strategi Pemasaran Digital	38	79	41
3	Pemanfaatan Platform Marketplace	35	76	41
4	Analisis Data Sederhana dalam Usaha	28	73	45
Rata-rata		35,7	77,3	45

Sumber: Data primer hasil PKM (2025)

Indikator Pemahaman

■ Pre-test (%) ■ Post-test (%) ■ Peningkatan (%)



Gambar 3. Indikator Pemahaman

Tabel 1 dan Gambar 2 memperlihatkan perbedaan signifikan antara hasil pre-test dan post-test peserta PKM di SMA Negeri 2 Kota Ternate. Pada indikator pemahaman konsep digitalisasi UMKM, terjadi peningkatan dari 42% menjadi 81%. Hal ini menunjukkan bahwa materi yang diberikan berhasil meningkatkan kesadaran dan pemahaman siswa tentang pentingnya digitalisasi dalam mendukung pengembangan UMKM. Peningkatan hampir dua kali lipat ini menegaskan bahwa edukasi formal melalui PKM efektif dalam memperbaiki literasi digital generasi muda.

Pada indikator strategi pemasaran digital, persentase pre-test awalnya hanya 38%, yang berarti sebagian besar peserta belum memahami pentingnya strategi promosi berbasis teknologi. Setelah mengikuti kegiatan, nilai post-test mencapai 79%. Hal ini menandakan bahwa melalui diskusi, studi kasus, dan praktik langsung, siswa lebih mampu memahami bagaimana media sosial dan platform digital dapat digunakan untuk memperluas jangkauan pasar. Pencapaian ini sejalan dengan temuan (M. N. Qomar et al. 2022), yang menyatakan bahwa pelatihan berbasis praktik langsung lebih efektif dalam meningkatkan keterampilan digital UMKM.

Indikator pemanfaatan marketplace juga menunjukkan peningkatan yang signifikan dari 35% menjadi 76%. Kondisi ini mengindikasikan bahwa sebelum PKM dilaksanakan, siswa masih terbatas dalam pengetahuan mengenai platform e-commerce sebagai media penjualan. Namun, setelah mendapatkan bimbingan, siswa lebih percaya diri untuk menggunakan marketplace sebagai saluran pemasaran produk mereka. Hal ini konsisten dengan penelitian (S. Arjuna et al. 2022) yang menyebutkan bahwa pemanfaatan marketplace mampu meningkatkan daya saing UMKM dengan memperluas target konsumen. Aspek analisis data usaha yang semula hanya 28% kemudian meningkat hingga 73% setelah pelatihan. Kenaikan yang cukup tajam ini mencerminkan bahwa siswa sebelumnya hampir tidak memiliki pemahaman mengenai pentingnya data dalam mengelola bisnis. Setelah mendapatkan materi tentang cara membaca tren penjualan dan menganalisis kebutuhan konsumen, kemampuan mereka meningkat secara signifikan. Temuan ini memperkuat hasil studi (Wasan and Sariningsih 2021) yang menekankan bahwa kemampuan literasi data merupakan faktor penentu keberlanjutan UMKM digital.

Secara keseluruhan, rata-rata peningkatan hasil pre-test ke post-test menunjukkan efektivitas program PKM ini. Dari seluruh indikator, yang mengalami peningkatan tertinggi adalah analisis data usaha, karena sebelumnya hampir tidak dipahami oleh siswa. Peningkatan ini menunjukkan bahwa materi pelatihan yang diberikan relevan dengan kebutuhan riil generasi muda dalam mempersiapkan diri menghadapi tantangan wirausaha digital. Hal ini sejalan dengan (M.A. Prabowo et al. 2023) yang menegaskan perlunya pemberdayaan generasi muda dalam literasi digital agar dapat bersaing secara global.

Keberhasilan peningkatan nilai post-test juga dipengaruhi oleh metode pelatihan yang digunakan, yaitu kombinasi ceramah interaktif, studi kasus, dan praktik langsung. Metode ini memungkinkan siswa tidak hanya memahami teori tetapi juga mencoba langsung simulasi pemasaran digital melalui media sosial dan marketplace. Model pembelajaran berbasis praktik nyata ini terbukti efektif sebagaimana diuraikan oleh (Budiarti et al. 2024) bahwa experiential learning mampu meningkatkan keterampilan kewirausahaan secara signifikan.

Meskipun hasilnya cukup menggembirakan, masih terdapat ruang untuk perbaikan. Beberapa siswa mengaku kesulitan dalam menguasai aspek teknis analisis data usaha karena keterbatasan perangkat dan akses internet. Hal ini sesuai dengan kendala yang ditemukan bahwa keterbatasan infrastruktur digital masih menjadi hambatan serius bagi pengembangan UMKM di daerah terpencil. Oleh karena itu, pendampingan lanjutan dan penyediaan fasilitas pendukung sangat diperlukan.

Secara umum, hasil PKM ini membuktikan bahwa peningkatan literasi digital dan keterampilan kewirausahaan dapat dicapai melalui pelatihan yang terstruktur. Dengan adanya peningkatan signifikan dari pre-test ke post-test, dapat disimpulkan bahwa kegiatan ini berhasil mencapai tujuan pengabdian. Ke depan, kegiatan serupa perlu diperluas dengan melibatkan lebih banyak sekolah dan UMKM lokal, sehingga manfaat digitalisasi dapat dirasakan lebih luas oleh masyarakat. Hal ini sejalan dengan Qomar et al. (2022) yang menekankan pentingnya penguatan ekosistem digital sebagai fondasi transformasi UMKM di Indonesia.

V. KESIMPULAN

Kegiatan Pengabdian kepada Masyarakat (PKM) yang dilaksanakan di SMA Negeri 2 Kota Ternate berhasil meningkatkan literasi digital dan keterampilan kewirausahaan siswa dalam konteks transformasi UMKM berbasis digital. Temuan utama menunjukkan bahwa terdapat peningkatan signifikan pada pemahaman konsep digitalisasi, strategi pemasaran digital, pemanfaatan marketplace, dan kemampuan analisis

data usaha setelah mengikuti pelatihan. Hal ini menegaskan bahwa metode pelatihan berbasis kombinasi ceramah interaktif, studi kasus, diskusi, dan praktik langsung efektif dalam mendorong pemahaman peserta terhadap digitalisasi UMKM.

Lebih jauh, keberhasilan ini juga membuktikan bahwa generasi muda memiliki potensi besar untuk menjadi pelaku usaha digital yang kompetitif apabila diberikan dukungan edukasi dan akses terhadap teknologi. Meskipun masih terdapat keterbatasan pada aspek infrastruktur digital dan pemanfaatan perangkat, hasil kegiatan menunjukkan peluang besar untuk pengembangan lanjutan. Oleh karena itu, penting bagi sekolah, pemerintah daerah, maupun institusi pendidikan tinggi untuk memperluas program serupa, sehingga dapat menciptakan ekosistem wirausaha muda yang siap menghadapi persaingan di era digital.

DAFTAR PUSTAKA

- Arjuna, S., A. Zarkasih, S. L. Nasution, M. R. Siregar, and R. S. Munthe. 2022. "Strategi Pemasaran Produk Di Era Digital Pada UMKM." *COMSEP: Jurnal Pengabdian Kepada Masyarakat* 3(2):159–64. doi:10.54951/comsep.v3i2.282.
- Arjuna, Syukron, Amron Zarkasih, Siti Lam'ah Nasution, Muhammad Raja Siregar, and Rika Syahmewah Munthe. 2022. "Strategi Pemasaran Produk Di Era Digital Pada UMKM." *COMSEP: Jurnal Pengabdian Kepada Masyarakat* 3(2):159–64. doi:10.54951/comsep.v3i2.282.
- Budiarti, L., S. P. Mellinia, L. S. Fadhila, S. N. Su'daa, M. R. Zaen, and S. E. Noviyanti. 2024. "Digital marketing sebagai strategi peningkatan penjualan produk UMKM di era digital." *Jurnal Inovasi Hasil Pengabdian Masyarakat (JIPEMAS)* 7(2):435–53. doi:10.33474/jipemas.v7i2.21760.
- Muhardono, Ari, and Danang Satrio. 2021. "Pelatihan Dan Pendampingan Digital Marketing Bagi Pelaku Umkm Di Desa Kertojarjo Kelurahan Kuripan Kertojarjo." *E-Amal: Jurnal Pengabdian Kepada Masyarakat* 1(3):359–68. doi:10.47492/eamal.v1i3.888.
- Prabowo, M.A., M. Robin, F. Rohman, G. Permana, M. T. Qomaruddin, D. Rahma, and H. Hidayani. 2023. "Peran Pengabdian Masyarakat Dalam Pemberdayaan Usaha Mikro Kecil Menengah (UMKM) Desa Candali." *Jurnal Pengabdian Kepada Masyarakat* 29(1):30–34. doi:<https://bajangjournal.com/index.php/JPM/article/view/6866%0A><https://bajangjournal.com/index.php/JPM/article/download/6866/5264>.
- Prabowo, Muhammad Aras, Muhammad Robin, Fathur Rohman, Gilang Permana, Mohammad Tamam Qomaruddin, Defita Rahma, and Hidayani Hidayani. 2023. "Peran Pengabdian Masyarakat Dalam Pemberdayaan Usaha Mikro Kecil Menengah (UMKM) Desa Candali." *Jurnal Pengabdian Kepada Masyarakat* 29(1):30–34.
- Qomar, M. N., L. D. P. Karsono, F. Z. Aniqoh, C. N. Aini, and Y. Anjani. 2022. "Peningkatan Kualitas Umkm Berbasis Digital Dengan Metode Participatory Action Research (Par)." *Community Development Journal: Jurnal Pengabdian Masyarakat* 3(1):74–81. doi:10.31004/cdj.v3i1.3494.
- Qomar, Moh. Nurul, Lorena Dara Putri Karsono, Fina Zahrotul Aniqoh, Chamidah Nor Aini, and Yassirlana Anjani. 2022. "Peningkatan Kualitas Umkm Berbasis Digital Dengan Metode Participatory Action Research (Par)." *Community Development Journal: Jurnal Pengabdian Masyarakat* 3(1):74–81. doi:10.31004/cdj.v3i1.3494.
- Wasan, G. H., and Anita Sariningsih. 2021. "Pelatihan Pemasaran Produk Usaha Mikro Kecil Dan Menengah (UMKM) Berbasis Digital Di Kecamatan Citeureup." *Jurnal Pengabdian Bina Mandiri* 1(1):31–36. doi:10.51805/jpmm.v1i1.7.
- Wasan, Guruh Herman, and Anita Sariningsih. 2021. "Pelatihan Pemasaran Produk Usaha Mikro Kecil Dan Menengah (UMKM) Berbasis Digital Di Kecamatan Citeureup." *Jurnal Pengabdian Bina Mandiri* 1(1):31–36. doi:10.51805/jpmm.v1i1.7.