

Pelatihan dan Pendampingan Digitalisasi dalam Pemanfaatan Platform Digital pada Pelaku Usaha UMKM di Desa Salo Palai

¹⁾Muhammad Sendi, ²⁾Iing Giovani Carolin, ³⁾Silvia, ⁴⁾Rika Ramadani, ⁵⁾Nurasmi, ⁶⁾Muhammad Fahri, ⁷⁾Eko Doni Wardana

^{1,2,3,4,5,6,7)}Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik, Universitas Mulawarman, Kalimantan Timur, Indonesia

Email: ¹⁾sendymhmd@gmail.com, ²⁾linggiovani2002@gmail.com

INFORMASI ARTIKEL	ABSTRAK
Kata Kunci: Digitalisasi UMKM Platform Digital	<i>UMKM di Indonesia memiliki potensi dan pengaruh yang besar bagi pendapatan di Indonesia maka dari itu UMKM harus dimanfaatkan dengan baik. Penggunaan dan pemanfaatan platform digital menjadi salah satu upaya Kecamatan Muara Badak, Desa Salo Palai untuk meningkatkan jumlah konsumen dan juga dapat meningkatkan pendapatan desa dengan begitu dapat mensejahterakan masyarakat Desa Salo palai. Melalui Pelatihan dan Pendampingan Digitalisasi Dalam Pemanfaatan Platform Digital Pada Pelaku Usaha UMKM Di Desa Salo Palai dari Mahasiswa Bina Desa Universitas Mulawarman Prodi Administrasi Bisnis sebagai salah satu bentuk pengabdian mahasiswa pada masyarakat bertujuan untuk memaksimalkan potensi UMKM agar dapat beradaptasi dan bersaing di pasar berbasis digital. Metode yang digunakan yaitu dengan metode pendekatan langsung terjun ke masyarakat, Implementasi, Pelatihan dan Pendampingan diharapkan dengan metode seperti itu pelaku usaha UMKM bisa memahami dan mempraktekkan. Tahapan Pelatihan dan Pendampingan Digitalisasi dalam pemanfaatan platform digital dilakukan secara 4 tahap, tahap pertama pemberian materi digitalisasi, tahapan kedua pembuatan akun google, tahap ketiga pelatihan penggunaan aplikasi Canva, dan tahap terakhir pelatihan pengambilan ambil video dan penggunaan aplikasi Capcut untuk mengedit video produk. Dengan adanya pelaksanaan dan pendampingan digitalisasi dalam pemanfaatan platform digital diharapkan dapat meningkatkan kualitas sumber daya manusia di Desa Salo Palai.</i>
Keywords: Digitalization UMKM Digital Platform	<i>UMKM in Indonesia have great potential and influence for income in Indonesia, therefore UMKM must be put to good use. The use and utilization of digital platforms is one of the efforts of Muara Badak District, Salo Palai Village to increase the number of consumers and can also increase village income so as to prosper the people of Salo Palai Village. Through Digitalization Training and Assistance in Utilizing Digital Platforms for UMKM Business Actors in Salo Palai Village from Village Development Students, Mulawarman University Business Administration Study Program as a form of student service to the community aims to maximize the potential of UMKM so they can adapt and compete in digital-based markets. The method used is the direct approach to going into the community, implementation, training and mentoring. It is hoped that with such a method, UMKM business actors can understand and practice it. Stages of Digitalization Training and Assistance in utilizing digital platforms are carried out in 4 stages, the first stage is providing digitization material, the second stage is creating a Google account, the third stage is training in using the Canva application, and the final stage is training in taking videos and using the Capcut application to edit product videos. With the implementation and assistance of digitization in the use of digital platforms, it is hoped that it can improve the quality of human resources in Salo Palai Village.</i>
This is an open access article under the CC-BY-SA license.	
	

I. PENDAHULUAN

UMKM tidak hanya dapat meningkatkan pertumbuhan ekonomi tetapi dapat berkontribusi penting dalam mengatasi masyarakat yang tidak ada pekerjaan atau pengangguran (Erik Hidayat, 2016). Pernyataan tersebut sesuai dengan penelitian yang dilakukan oleh World Bank group 2016 yaitu UMKM berkontribusi terhadap pendapatan negara atau GDP sebesar 60-70% dan menyerap tenaga kerja sebesar 80%-90%. Hal tersebut menunjukkan UMKM di Indonesia memiliki potensi yang besar, dapat meningkatkan pendapatan negara dan membuka lapangan kerja baru, Jika UMKM dikembangkan dengan efektif dan efisien maka tidak dipungkiri UMKM dapat bersaing di kancah Internasional.

Digitalisasi merupakan suatu kegiatan yang memanfaatkan teknologi digital, Digitalisasi di zaman sekarang ini sangat bermanfaat di semua kegiatan kehidupan, Apalagi di bidang kewirausahaan dimulai dari tahap produksi sampai tahap pemasaran (Utami, 2022). Pelaku bisnis mulai menggunakan teknologi untuk menunjang usahanya tersebut agar bisa bertahan di persaingan era sekarang ini yang serba digital dan memaksa pelaku usaha untuk beradaptasi dan mengikuti perubahan digitalisasi tersebut. Maka dari itu UMKM harus mengikuti perubahan tersebut agar dapat bertahan dan bersaing, Namun bagi UMKM proses digitalisasi ini masih perlu banyak yang dipersiapkan. Perkembangan teknologi informasi di era 4.0 memberikan solusi kemudahan bagi umkm untuk melakukan perubahan strategi penjualan melalui system online (Febriandirza, 2020). Era sekarang ini tidak dapat dipungkiri merupakan era kemampuan memanfaatkan informasi dan teknologi. Siapapun yang bisa bersaing, dia akan bertahan. Banyak pelaku UMKM yang bisa menjadi pelaku UMKM sukses karena keuletan, kerja keras dan sifat pantang menyerah (Marten Taha, 2021)

Masyarakat merupakan stakeholder utama dalam hal UMKM. Oleh karena itu sangat penting peran masyarakat di UMKM. Bentuk-bentuk partisipasi masyarakat menurut Mardikanto (2014:200) Berbagai macam kegiatan yang dapat masyarakat ikut ambil andil yaitu berupa:

1. Berpartisipasi pada kegiatan diskusi kelompok
2. Dapat menjadi anggota kelompok masyarakat
3. Berpartisipasi pada kegiatan organisasi yang bertujuan menggerakkan masyarakat yang lain
4. Berpartisipasi dalam pengambilan keputusan
5. Ikut menggerakkan sumber daya masyarakat
6. Dapat memanfaatkan hasil yang dicapai dari kegiatan masyarakat

Di Indonesia sendiri masih banyak masyarakat yang belum paham dalam menggunakan platform digital atau Gaptex. Agar masyarakat mempunyai kemampuan dalam menggunakan teknologi untuk menunjang berbagai aspek yang mendukung UMKM dapat bersaing dalam hal digital, Maka sangat perlu dilakukan dan pelatihan. Tetapi terlepas dari hal itu sangat perlu peran masyarakat agar ikut andil dalam UMKM dalam hal teknologi.

Menurut We Are Social. Di Indonesia jumlah pengguna sosial media sebesar 191 juta orang pada Januari 2022 sedangkan tahun lalu hanya 12,35% dibandingkan tahun sebelumnya hanya 170 juta orang. Dengan statistik tersebut menunjukkan pengguna sosial media di Indonesia meningkat tiap tahunnya. Kenaikan jumlah pengguna sosial media yang tertinggi menunjukkan pada tahun 2017 tetapi sempat melambat dengan angka 6,3% pada tahun lalu dan meningkat pada tahun ini. Sosial media sangat penting dalam kehidupan sosial. Sosial media saat ini digunakan oleh semua kalangan dengan kebutuhan yang beragam dikarenakan memiliki banyak manfaat dan kegunaan sosial media. Sosial media saat ini sudah menjadi bagian penting bagi manusia yang tidak dapat dipisahkan. Pelaku usaha di zaman sekarang banyak yang menggunakan sosial media sebagai pilihan utama dalam melakukan pemasaran. Sosial media sangat berperan bagi UMKM dalam mengembangkan usahanya. Pelaku usaha memanfaatkan sosial media untuk menerima informasi pelanggan dan mengelola usaha seperti mempromosikan produknya atau jasa lebih luas.

Platform digital dapat diartikan sebagai tempat, wadah, atau sarana yang memfasilitasi pertemuan para pihak untuk bertukar informasi, berbisnis, atau menawarkan jasa dan layanan. Berkat platform digital, semua kegiatan di atas dapat dilakukan dalam satu tempat, yang secara langsung mempertemukan penjual dan pembeli, penyedia dan penerima informasi, atau penyedia dan pengguna jasa/jasa.

Salah satu kecamatan yang ada di Kabupaten Kutai Kartanegara, Tepatnya di Desa Salo Palai memiliki potensi dalam hal UMKM, UMKM di Desa Salo Palai memiliki beberapa macam produk dan yang

khas dengan salo palai, Yaitu: Keripik Pisang, Amplang Bandeng, dan Sirup Mangrove. Saat ini pelaku usaha UMKM di Desa Salo Palai sedang gencarnya dalam memasarkan produknya agar dapat bersaing dengan produk dari UMKM desa lain atau luar kota. Untuk itu diperlukan banyaknya persiapan bagi pelaku usaha UMKM di Desa Salo Palai dalam bisa bersaing Produknya UMKM, Apalagi saat ini zaman era digital banyak pelaku usaha mengelola usaha nya menggunakan Platform Digital agar dapat bisa bersaing dan beradaptasi di era digital. Menurut ketua BUMDES Salo Palai (Sudirman, 2020) beberapa pelaku usaha UMKM Salo Palai masih banyak yang belum paham dalam menggunakan dan memanfaatkan Platform Digital untuk mengelola usahanya, Sebab itu pelaku usaha UMKM Desa Salo Palai belum bisa menjangkau pembeli dan mempromosikan produknya secara luas.

Maka dari itu kami mahasiswa Universitas Mulawarman program studi Administrasi Bisnis Angkatan 2020 yang sedang menjalani MBKM Bina Desa di Desa Salo Palai melakukan pelatihan atau pendampingan digitalisasi kepada pelaku usaha UMKM Salo Palai dengan tujuan untuk memberi ilmu bagaimana menggunakan dan memanfaatkan platform digital bagi pelaku usaha UMKM Salo Palai. Pelatihan dan pendampingan digitalisasi diadakan oleh mahasiswa bina desa dengan bekerja sama kepada pemerintah desa Salo Palai dan BUMDES Salo Palai.

Kegiatan UMKM di Desa Salo Palai sudah berjalan cukup lama dan sebagian besar pelaku UMKM di Desa Salo Palai yakni ibu rumah tangga/IRT, yang dimana bahan baku produksi yang diperoleh didapat dari sumber daya alam yang ada di desa Salo Palai. Jenis-jenis UMKM dibagi menjadi produk pengolahan pangan ikan (amplang dan empek-empek), produk pengolahan tepung (roti, keripik, kerupuk dan kue kering), produk pengolahan pangan buah mangrove ovatta. Keahlian dan keterampilan yang dimiliki sudah baik, namun ada beberapa hal yang perlu ditingkatkan yaitu dari pemasaran, pembuatan label, manajemen keuangan, manajemen bisnis dan packing makanan.

Di era globalisasi sekarang ini, khususnya di Era 4.0 perkembangan teknologi informasi berkembang sangat pesat, terdapat banyak aplikasi-aplikasi platform digital yang bermunculan dan memberikan banyak manfaat terhadap UMKM. Era 4.0 memberikan banyak keuntungan bagi UMKM karena terdapat aplikasi-aplikasi yang dapat membantu pengerjaan dan memudahkan pelaku usaha dalam mengelola bisnis UMKM.

Permasalahan yang terdapat pada kegiatan ini adalah, Pertama, Pelaku UMKM Desa Salo Palai masih banyak yang kurang memahami penggunaan platform digital dan kemajuan teknologi informasi yang berkembang sekarang ini sehingga perlu adanya pendampingan dalam penggunaan platform digital agar pelaku usaha dapat mengembangkan usaha dan meningkatkan kreativitas dalam berusaha salah satunya yaitu pelaku UMKM Desa Salo Palai dapat melakukan branding produk, yaitu membuat logo produk dengan aplikasi Canva.

Kedua, Pelaku UMKM Desa Salo Palai kurang memahami cara memasarkan dan mempromosikan produk dan layanannya sehingga belum menjangkau target pasar dan meningkatkan penjualan produk. Dengan adanya platform digital, kegiatan promosi dan pemasaran dapat dilakukan secara online maupun digital sehingga pemasaran produk dapat dilakukan dengan biaya rendah atau efisien serta dapat menjangkau konsumen dari kalangan manapun baik dalam negeri maupun luar negeri, salah satunya yaitu dengan mengambil dan mengedit video produk.

Ketiga, perlu adanya pengelolaan sumber daya manusia/SDM perlu ditingkatkan agar meningkatkan keterampilan Pelaku UMKM Desa Salo Palai dalam meningkatkan daya saing dalam menghadapi persaingan usaha baik di kancah nasional maupun internasional. Pelaku UMKM juga dapat mengelola bisnis mereka dengan manajemen yang tepat dan dapat memajukan sektor perekonomian Desa Salo Palai.

II. MASALAH

Pelatihan Digitalisasi pada Pelaku UMKM Desa Salo Palai

Digitalisasi merupakan proses perubahan media informasi yang sebelumnya memiliki bentuk tercetak menjadi bentuk digital (Sukmana dalam Erwin, 2020). Digitalisasi UMKM merupakan mendigitalisasikan kegiatan pemasaran produk-produk UMKM oleh pelaku UMKM. Jika sebelumnya kegiatan pemasaran menggunakan media informasi yang masih berbentuk fisik dan analog seperti koran, majalah, brosur dan surat kabar lainnya, maka dengan adanya digitalisasi fasilitas media informasi

dikonversi menjadi virtual dan digital (Siregar, 2019). Digitalisasi merupakan bentuk adaptasi dari kemajuan teknologi yang fungsinya juga untuk meminimalisir resiko.

Di era sekarang ini, sebagian besar kegiatan dilakukan dengan teknologi. Teknologi berperan untuk membantu dan memudahkan pekerjaan manusia. Digitalisasi diterapkan dalam berbagai bidang, salah satunya bidang kewirausahaan. Dalam bidang kewirausahaan proses tahap produksi, pengelolaan usaha dan pemasaran produk dapat dikendalikan oleh digitalisasi (Utami, 2022). Dengan melakukan digitalisasi, pelaku UMKM dapat menjangkau target pasar yang lebih luas dan meningkatkan efisiensi yaitu menghemat waktu dan pengeluaran biaya. Salah satu yakni bentuk digitalisasi yakni platform digital yang dimana membantu memudahkan pekerjaan pelaku UMKM dalam melakukan kegiatan usaha.

Pendampingan Digitalisasi bertujuan untuk memulihkan dan meningkatkan pendapatan Pelaku UMKM di Desa Salo Palai, meningkatkan perputaran ekonomi Desa Salo Palai menjadi stabil dan mengangkat dan memperkenalkan produk-produk UMKM Desa Salo Palai menjadi luas di kalangan masyarakat luar. Kegiatan Pendampingan Digitalisasi dilakukan dengan cara menyampaikan materi mengenai digitalisasi dan pemanfaatan platform digital dalam mengembangkan UMKM.

Pemanfaatan Platform Digital usaha UMKM Di Desa Salo Palai

Platform Digital adalah dua arah jaringan yang memungkinkan adanya interaksi bisnis antara dua kelompok yang saling membutuhkan, yakni pemasok dan pembeli (Koh dan Fichman, 2014). Platform digital memberikan sejumlah dampak positif yang dimana dapat membantu pelaku UMKM dalam meningkatkan basis pelanggan, memberikan akses terhadap solusi dan layanan bisnis.

Kemunculan Platform Digital memberikan sejumlah dampak positif bagi Pelaku UMKM yakni meningkatkan inovasi, meningkatkan kreativitas, meningkatkan efisiensi karena menghemat pengeluaran biaya, mempersingkat waktu pengambilan keputusan, meningkatkan keterampilan dan kapasitas Pelaku UMKM, memperluas jangkauan target pasar, meningkatkan daya saing dalam menghadapi persaingan usaha di kancah nasional maupun internasional.

Bentuk dari Platform Digital adalah sosial media. Sosial media merupakan platform media yang memfasilitasi pengguna dalam beraktivitas dan menghubungkan dengan pengguna lainnya secara online (Van Dijk, 2013). Dalam berwirausaha penggunaan media sosial sebagai alat komunikasi bisnis, sarana pemasaran produk dan jasa secara online dan digital, menghubungkan interaksi pelanggan dan pemasok, memperkenalkan merek dan brand, mengurangi pengeluaran biaya dan memenuhi kebutuhan pelanggan secara online (Nel & Julita, 2016) (Ashley & Tuten, 2015).

Adapun platform sosial media yang digunakan dalam kegiatan ini yaitu aplikasi google, canva, dan capcut. Platform Sosial Media yang digunakan berikut memiliki fungsi yang berbeda. Aplikasi google digunakan untuk pembuatan akun google mail atau gmail Pelaku UMKM. Aplikasi canva digunakan untuk pembuatan label produk UMKM dan branding UMKM. Aplikasi Capcut digunakan untuk mengolah bahan video yang diambil menjadi video promosi yang menarik dan meningkatkan brand awareness konsumen terhadap UMKM Salo Palai.

Permasalahan yang terdapat pada Desa Salo Palai adalah, Pertama, Pelaku UMKM Desa Salo Palai masih banyak yang kurang memahami penggunaan platform digital dan kemajuan teknologi informasi yang berkembang sekarang ini. Produk yang dijual sebelumnya masih belum memiliki logo kemasan sehingga perlu adanya pendampingan dalam penggunaan platform digital agar pelaku usaha dapat mengembangkan usaha dan meningkatkan kreativitas dalam berusaha salah satunya yaitu pelaku UMKM Desa Salo Palai dapat melakukan branding produk, yaitu membuat logo produk dengan aplikasi Canva.



Gambar 1. Pelaku UMKM belum memahami penggunaan sosial media sebagai media promosi penjualan

Kedua, Pelaku UMKM Desa Salo Palai kurang memahami cara memasarkan dan mempromosikan produk dan layanannya sehingga belum menjangkau target pasar dan meningkatkan penjualan produk. Dengan adanya platform digital, kegiatan promosi dan pemasaran dapat dilakukan secara online ataupun digital sehingga pemasaran produk dapat dilakukan dengan biaya rendah atau efisien serta dapat menjangkau konsumen dari kalangan manapun baik dalam negeri maupun luar negeri, salah satunya yaitu dengan mengambil dan mengedit video produk.



Gambar 2. Pelaku UMKM belum memahami memasarkan dan mempromosikan produk

Ketiga, perlu adanya pengelolaan sumber daya manusia/SDM perlu ditingkatkan agar meningkatkan keterampilan Pelaku UMKM Desa Salo Palai dalam meningkatkan daya saing dalam menghadapi persaingan usaha baik di kancah nasional maupun internasional. Pelaku UMKM juga dapat mengelola bisnis mereka dengan manajemen yang tepat dan dapat memajukan sektor perekonomian Desa Salo Palai.



Gambar 3. Pelaku UMKM sudah memiliki kemampuan berwirausaha yang cukup namun perlu ditingkatkan agar dapat meningkatkan keterampilan, keahlian dan daya saing

III. METODE PELAKSANAAN

Metode Pelaksanaan yang di terapkan pada kegiatan pelatihan dan pendampingan digitalisasi ini dilakukan dengan pendekatan dan pendampingan langsung ke masyarakat. Sasaran partisipan dalam kegiatan ini yaitu Pelaku usaha UMKM Desa Salo Palai. Dalam pelaksanaan pelatihan dan pendampingan digitalisasi ini Mahasiswa Bina Desa Universitas Mulawarman berkerja sama dengan pihak Pemerintah Desa Salo Palai

dan BUMDES Salo Palai. Kegiatan pelatihan dan pendampingan digitalisasi dihadiri 15 peserta selaku pelaku UMKM selama 3 hari pelatihan dan pendampingan, peserta diarahkan untuk mengikuti arahan dari pemateri. Ada 4 tahapan pelatihan dan pendampingan yang berupa yaitu: 1. Pemberian materi digitalisasi 2. Pelatihan penggunaan akun google, 3. Pelatihan penggunaan aplikasi canva promosi, dan 4. Pelatihan pengambilan angle video yang tepat dan dilanjutkan dengan pengolahan dan pembuatan bahan video menjadi video promosi menggunakan aplikasi capcut.

Selama pelatihan dan pendampingan digitalisasi, Pelaku UMKM dimonitoring agar Pelaku Usaha UMKM yang berpartisipasi dapat menerapkan materi yang disampaikan saat pelatihan digitalisasi, serta menambah wawasan dalam hal memanfaatkan platform digital dengan benar agar dapat mengembangkan usaha mereka sehingga masing-masing dapat bersaing dalam pasar.

Pada tahap pertama Mahasiswa Bina Desa memberikan materi untuk pembuatan akun google dengan cara bertahap lalu di praktikan oleh peserta pelaku usaha UMKM Salo Palai. Tahap kedua peserta peserta diajarkan cara menggunakan aplikasi canva, seperti pembuatan desain kemasan, label, branding produk dan lain-lain sehingga dengan begitu pelaku usaha UMKM dapat meningkatkan minat konsumen dengan kemasan produk yang menarik. Tahap ketiga yaitu pelatihan teknik pengambilan angle video yang benar, Teknik pengambilan angle video ini dilakukan dengan menggunakan smartphone masing dan objek yang sudah siapkan seperti produk UMKM. Dengan pelatihan ini diharapkan pelaku usaha dapat memahami bagaimana pengambilan teknik video dan sudut pandang pengambilan video yang benar.

Tahap terakhir atau keempat peserta melakukan pengeditan video produk menggunakan aplikasi Capcut. Para pelaku usaha UMKM yang mendapatkan materi akan aplikasi Capcut selanjutnya langsung mempraktikan dengan langsung mengedit video yang objeknya produk UMKM mulai dari hal dasar seperti bagaimana memotong video, menambahkan efek sound dan lain-lain yang didampingi langsung oleh Mahasiswa Bina Desa Universitas Mulawarman.

Dengan pelatihan dan pendampingan digitalisasi dalam pemanfaatan platform digital pada pelaku usaha UMKM di desa salo palai, diharapkan dapat meningkatkan kualitas SDM yang ada di desa salo palai terutamanya pelaku usaha UMKM agar produk yang dimiliki dapat menjangkau konsumen lebih luas dan dapat bersaing, Pelatihan dan pendampingan digitalisasi ini juga diharapkan dapat meningkatkan perekonomian di desa salo palai dan mensejahterakan masyarakat desa salo palai.

IV. HASIL DAN PEMBAHASAN

Mahasiswa dan mahasiswi Bina Desa Program Studi Administrasi Bisnis melaksanakan kegiatan Pendampingan Digitalisasi sesuai dengan jadwal rundown yang telah disusun dan disepakati bersama. Pendampingan dilakukan setelah melakukan diskusi kelompok yang dimana hasilnya mahasiswa dan mahasiswi Bina Desa Program Studi Administrasi Bisnis menyepakati diadakan kegiatan Pendampingan Digitalisasi dalam Pemanfaatan Platform Digital pada Pelaku UMKM di Desa Salo Palai dengan pemberian materi oleh dua mahasiswa.

Kegiatan Pendampingan dilaksanakan pada tanggal 17-19 September 2022 di Aula Kantor Desa Salo Palai. Dengan adanya program kerja Pendampingan Digitalisasi dalam Pemanfaatan Platform Digital diharapkan dapat membantu pelaku usaha UMKM Desa Salo Palai yang sebagian besar sebagai Ibu Rumah Tangga (IRT) agar dapat meningkatkan sumber daya manusia dan bersaing di kancah Internasional.

Desa Salo Palai, Kecamatan Muara Badak, Kabupaten Kalimantan Timur menghasilkan beberapa produk olahan yang diklasifikasikan menjadi beberapa jenis produk olahan yaitu: produk pengolahan pangan ikan (amplang dan empek-empek), produk pengolahan tepung (roti, keripik, kerupuk dan kue kering), produk pengolahan pangan buah mangrove ovatta.

Setiap Pelaku UMKM yang terdiri dari Ibu Rumah Tangga (IRT) dibagi ke dalam beberapa kelompok dan juga perseorangan yang dimana tiap kelompok dan perseorangan menghasilkan beberapa produk.

1. Kelompok Karya Bersama menghasilkan produk amplang karya bersama dari bahan ikan bandeng laki dan produk empek-empek karya bersama dari bahan ikan bandeng laki.
2. Kelompok Wanita Tangguh Salo Palai menghasilkan produk "Amplang Family" dari bahan ikan bandeng laki dan produk keripik udang family.
3. Kelompok Usaha Wanita Pesisir menghasilkan produk Sirup Mangrove Ovatta.

4. Kelompok Citra Kusapa menghasilkan produk amplang sapa dari bahan ikan payus atau ikan bandeng laki.
5. Usaha perseorangan Mega Cookies menghasilkan produk kue nastar segitiga, kue chocolate stick dan kue rambutan.
6. Usaha perseorangan R Bakery menghasilkan produk brownies, roti sobek, dan beberapa kue lainnya.
7. Usaha perseorangan Keripik Pisang Bunda menghasilkan produk keripik pisang.
8. Usaha perseorangan Lina Snack menghasilkan produk kacang sembunyi.
9. Usaha perseorangan Dapur Raya menghasilkan produk kerupuk keju

Materi Pendampingan Pertama, yaitu Pengertian Digitalisasi. Yang dimana dalam materi ini bertujuan untuk memperkenalkan apa itu digitalisasi, manfaat dan kegunaan digitalisasi serta dampak digitalisasi. Materi ini juga diharapkan memperluas wawasan pelaku UMKM Desa Salo Palai akan digitalisasi terhadap usaha UMKM yang dimiliki.



Gambar 4. Pemateri memberikan materi Digitalisasi kepada pelaku UMKM

Materi Pendampingan Kedua, yaitu Pembuatan Akun Google, yang dimana dalam materi ini bertujuan untuk memperkenalkan pelaku usaha UMKM dalam penggunaan gmail atau google mail yang menjadi sarana komunikasi dan informasi mengenai usaha dan layanan produk yang dimiliki serta sarana pengembangan Customer Relationship Management (CRM).

Langkah-langkah pembuatan akun google sebagai berikut:

1. Pengisian data registrasi

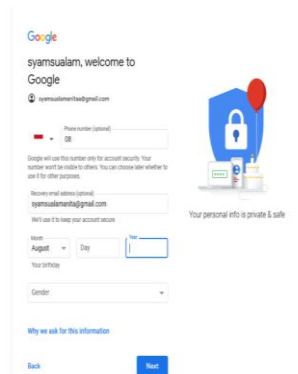
Pada langkah ini, pelaku UMKM diminta untuk mengisi data registrasi berupa nama, nama email yang akan digunakan, dan password yang akan digunakan untuk pembuatan akun gmail.



Gambar 5. Langkah Pengisian Data Registrasi yang didampingi langsung oleh mahasiswa dan mahasiswi

2. Pengisian data informasi pribadi

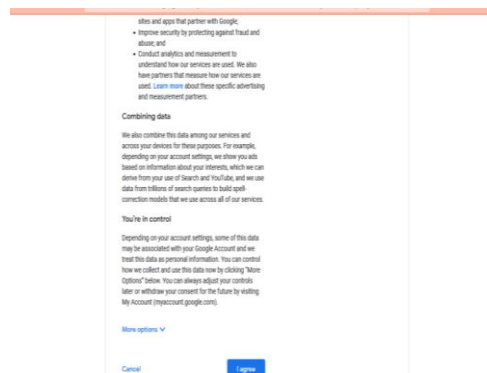
Pelaku UMKM mengisi data-data informasi pribadi yang berupa nomor telepon, alamat email pemulihan, tanggal lahir, bulan lahir, tahun lahir dan jenis kelamin yang dibutuhkan oleh google.



Gambar 6. Langkah Pengisian Data Informasi Pribadi Pelaku UMKM yang didampingi langsung oleh mahasiswa dan mahasiswi

3. Langkah menyetujui syarat dan ketentuan layanan gmail

Pelaku UMKM diminta untuk menyetujui syarat dan ketentuan untuk penggunaan layanan gmail.



Gambar 7. Langkah penyetujuan syarat dan ketentuan layanan gmail oleh pelaku UMKM

Materi Pendampingan Ketiga, yaitu Pengenalan Aplikasi Canva, yang dimana dalam materi ini bertujuan untuk memperkenalkan aplikasi canva, cara penggunaan aplikasi canva dan cara membuat label, cara membuat branding usaha, cara mengolah bahan foto menjadi sebuah desain yang menarik dan mampu meningkatkan minat pembelian.



Gambar 8. Pendampingan Penggunaan Aplikasi Canva yang digunakan untuk membuat label, logo, dan branding usaha UMKM

Materi Pendampingan Keempat, yaitu cara pelatihan teknik pengambilan video, yang dimana kegiatan ini melibatkan praktek langsung oleh pelaku UMKM untuk mengambil sudut angle yang baik dan benar dalam mengambil video dan foto. Kemudian bahan video dan foto yang diambil dikelola dalam aplikasi Capcut. Selanjutnya yaitu pengenalan Aplikasi Capcut untuk membuat video promosi yang menarik dan dapat menjadi pengenalan UMKM yang dimiliki.



Gambar 9. Pendampingan cara pengambilan teknik video dan angle yang benar serta penggunaan aplikasi Capcut yang digunakan untuk membuat video promosi UMKM

Hasil kegiatan pelaksanaan pelatihan dan pendampingan digitalisasi dalam pemanfaatan platform digital pada pelaku usaha UMKM di Desa Salo Palai, Peserta pelaku UMKM mampu mempraktekan apa yang disampaikan oleh pemateri dalam menggunakan platform digital seperti canva, capcut dan Teknik pengambilan video produk. Setelah kegiatan tersebut pelaku usaha UMKM yang mengikuti pelatihan dan pendampingan digitalisasi aktif dalam mempromosikan videonya lewat aplikasi sosial media seperti Facebook, Instagram dan WhatsApp. Dari hasil pelatihan dan pendampingan ini akan berdampak pada pelaku usaha UMKM meningkatkan ekonomi dan meningkatkan penjualan produknya.

V. KESIMPULAN

Berdasarkan data diatas kegiatan pendampingan atau pengabdian masyarakat digitalisasi berjalan dengan baik dan lancar sehingga memperoleh tanggapan yang positif dari peserta pendampingan digitalisasi karena peserta merasakan manfaat secara langsung melalui kegiatan pembuatan desain label produk UMKM dan branding UMKM dan mengolah bahan video yang diambil menjadi video promosi yang menarik dan meningkatkan brand awareness konsumen terhadap UMKM Salo Palai. Tujuan diadakan pelatihan dan pendampingan digitalisasi yakni untuk memulihkan dan meningkatkan pendapatan serta perputaran ekonomi UMKM Desa Salo Palai menjadi stabil dan mengembangkan pemasaran serta penyebarluasan produk UMKM melalui sosial media atau teknologi digitalisasi guna meningkatkan pendapatan keluarga khususnya pada pelaku UMKM desa salo palai yang sangat bernilai ekonomis berupa metode-metode yang disampaikan melalui jasa pendampingan, peningkatan pemahaman, pengetahuan dan penggunaan sosial media marketing melalui jasa pendampingan yang diselenggarakan oleh Bina Desa.

Selain itu dapat meningkatkan kemampuan masyarakat khususnya UMKM desa Salo Palai dalam memasarkan terhadap produknya secara online atau lewat media sosial serta cara membuat kemasan produk yang baik dan menarik agar pemasarannya dapat meningkatkan daya tarik tersendiri dan mampu memperluas jangkauan manajemen pemasaran sehingga dapat memanfaatkan dan meningkatkan motivasi pengetahuan pelaku UMKM dalam penggunaan media sosial dengan bijak dan benar. Dengan adanya pendampingan tersebut peserta UMKM yakni pelaku UMKM Desa Salo Palai dapat mengatasi permasalahan yang dihadapi dengan kreativitas dan inovasi.

UCAPAN TERIMA KASIH

Ucapan terimakasih penulis panjatkan kepada Tuhan Yang Maha Esa karena atas rahmat, tauhid dan hidayah Nya penulis dapat menyelesaikan artikel yang berjudul “Pelatihan dan Pendampingan Digitalisasi dalam Pemanfaatan Platform Digital pada Pelaku Usaha UMKM di Desa Salo Palai” hingga selesai. ini

1076

didasarkan kepada catatan roses berkarya/perencanaan dalam Bina Desa Salo Palai/Tugas akhir Program Studi Administrasi Bisnis Universitas Mulawarman. Proses pelaksanaan Bina Desa Tugas Akhir ini disupervisi oleh pembimbing (Adietya Arie H, M.AB, Muhammad Fikry Aransyah, MBA, B.BA). Penulis menyadari bahwa artikel ini belum sempurna. Oleh karena itu penulis mengharapkan kritik dan saran yang bermanfaat. Maaf jika dalam menyelesaikan artikel ini banyak kesalahan kata. Semoga artikel ini bermanfaat bagi kita semua.

DAFTAR PUSTAKA

- Aisyah, S., & Rachmadi, K. R. (2022). Digitalisasi Pemasaran Melalui Sosial Media Marketing pada Pelaku UMKM Guna Peningkatan Pendapatan. *Jurnal Pengabdian Kepada Masyarakat*, 3, 442-448.
- Diningrat, D. S., Maulana, B., & Gultom, E. S. (n.d.). Digitalisasi UMKM Makanan Sehat Desa Sakhuda Bayu Kabupaten Simalungun Sumatera Utara. *Seminar Nasional Pengabdian Masyarakat*, (2017), 237-241.
- Herdiman, L., Azizah, N. N., Adynata, I., & Dkk. (2022). Sosialisasi Pelatihan dan Digitalisasi dalam Usaha Peningkatan UMKM di Desa Trayu. *Jurnal Ilmiah Ilmu Pendidikan*, 5, 4823-4829.
- Mulyaningsih, T., Ratwianingsih, L., Hakim, A. r., & Mulyadi. (2021). Pelatihan Digitalisasi dan Pengelolaan Produk UMKM Makanan Halal Tradisional di Sukoharjo. *Jurnal Keuangan Umum dan Akuntansi Terapan*, 3, 83-88.
- Nasution, E. Y., & Indria, T. (2021). Digitalisasi UMKM Di Masa Pandemi. *Seminar Nasional Kewirausahaan*, 2, 797-805.
- Pinem, D., Pusporim, & Masnuna. (2022). Digitalisasi Manajemen Pada Usaha Kecil dan Menengah (UMKM) di Depok Jawa Barat. *Jurnal IKRAITH-ABDIMAS*, 5.
- Praja, P., & Syaiful, F. L. (2021). Penerapan Sistem Digitalisasi Pada UMKM Didesa Lubuk Pinang Kabupaten Muko-Muko, Bengkulu. *Jurnal Hilirisasi IPTEKS*, 4, 218-225.
- Prayogi, A., & Kirom, M. I. (2022). Pendampingan Pengembangan Digitalisasi UMKM Masyarakat Desa Wonoyoso Pekalongan Menghadapi Era New Normal. *Jurnal Pengabdian Pendidikan Masyarakat*, 3, 14-24.
- Putra, A. D., Setiawan, B., Pubiyanti, I., Hibatulloh, M. H., Saputri, N. A. A., Sepsiana, W. S., & Widyastuti, R. D. (2021). Pelatihan Digitalisasi UMKM dan Pembuatan Akun E-Commerce. *Jurnal Pengabdian Kepada Masyarakat*, 1, 1-16.
- Potoboda, A. P. F. (2019). Studi Tentang Kualitas Pelayanan Publik di Kecamatan Sangasanga Kabupaten Kutai Kartanegara. *eJournal Pemerintahan Integratif*, 7, 62-71. ejournal.pin.or.id.
- Sandi, B. S., & Muljaningsih, S. (2022). Pengembangan Digitalisasi Umkm Masyarakat Kelurahan Tambak Wedi Kecamatan Kenjeran Kota Surabaya. *Jurnal Pengabdian Pada Masyarakat*, 2, 1546-1552.
- Wijoyo, H., & Dkk. (2020). *Digitalisasi UMKM*. Insan Cendekia Mandiri.
- Zakka, N., & Sofyantor, S. (2020). Pemberdayaan Ekonomi Kreatif dan UMKM di Masa Pandemi Melalui Digitalisasi. *Jurnal Pemerintahan, Pembangunan, dan Inovasi Daerah*, 2.