



Digitalization of MSMEs businesses in Boalemo Regency: Strategies and skills enhancement

Ade Yusupa✉, Aditya Lapu Kalua, Victor Tarigan

Universitas Sam Ratulangi, Manado, Indonesia

✉ ade@unsrat.ac.id

 <https://doi.org/10.31603/ce.10384>

Abstract

In the current digital era, many MSME players in Boalemo Regency still employ conventional methods in marketing their products. The objective of this service activity is to assist MSME players in enhancing their skills and knowledge regarding business digitalization. The methods utilized in this service activity include training sessions and post-training mentoring. Training is conducted through discussion sessions with instructors and assistance in integrating businesses into the digital realm. The results of this service activity indicate that 50 participants from MSMEs have successfully improved their skills and knowledge regarding business digitalization, such as registering their business legality with the Business Identification Number (BIN), creating a Google Business Profile, and creating digital promotional photos or videos using Canva. The majority of partners have successfully completed the training program and have shown significant progress in transitioning their businesses into the digital world.

Keywords: MSMEs; Basic digital marketing; Digital entrepreneurship academy

Digitalisasi bisnis UMKM di Kabupaten Boalemo: Strategi dan peningkatan keterampilan

Abstrak

Dalam era digital saat ini banyak pelaku UMKM di Kabupaten Boalemo masih konvensional dalam memasarkan produk mereka. Tujuan dari kegiatan pengabdian ini adalah untuk membantu pelaku UMKM dalam meningkatkan keterampilan dan pengetahuan pelaku UMKM tentang digitalisasi bisnis. Metode yang digunakan dalam kegiatan pengabdian ini meliputi pelatihan dan pendampingan pasca pelatihan. Pelatihan dilakukan melalui sesi diskusi dengan para pengajar dan asistensi dalam memasukkan bisnis ke dunia digital. Hasil dari kegiatan pengabdian ini menunjukkan bahwa 50 peserta pelaku usaha UMKM berhasil meningkatkan keterampilan dan pengetahuan mereka tentang digitalisasi bisnis berupa pendaftaran legalitas UMK nomor induk berusaha (NIB), Google Profil Bisnis dan foto atau video promosi digital berbasis Canva. Sebagian besar mitra berhasil lulus dari program pelatihan dan menunjukkan kemajuan yang signifikan dalam memasukkan bisnis mereka ke dunia digital.

Kata Kunci: UMKM; Pemasaran digital dasar; Akademi kewirausahaan digital

1. Pendahuluan

Era revolusi industri 4.0, dunia bisnis mengalami perubahan signifikan, terutama dalam hal pemasaran. Pemasaran digital, dengan segala kelebihanannya, telah menjadi salah satu kunci utama keberhasilan bisnis di era digital ini. Dengan kemampuan untuk

menjangkau audiens yang lebih luas dan biaya yang relatif lebih rendah, pemasaran digital menawarkan peluang besar bagi pelaku bisnis untuk berkembang dan bersaing di pasar global. Sebelum era revolusi industri 4.0, pola usaha yang mendominasi adalah bisnis yang efisien dan produktif. Namun, di era revolusi industri 4.0 dan era digital, pola bisnis berubah menjadi lebih inovatif dan kreatif. Pemanfaatan *digital marketing* di era ini dapat dijadikan alternatif strategi dalam pemasaran produk, memudahkan pelaku usaha dalam mempertemukan dan menyediakan kebutuhan serta keinginan calon konsumen. Selain itu, dari sisi calon konsumen, *digital marketing* memudahkan dalam pencarian informasi produk, memungkinkan pelaku usaha mikro untuk segera beradaptasi dengan dunia digital yang sangat dinamis (Yusupa et al., 2023).

Mitra pengabdian ini adalah pelaku UMKM dari Kabupaten Boalemo yang didukung oleh pemerintah daerah dan BPSDM Kominfo Manado. Di Kabupaten Boalemo, banyak pelaku UMKM yang mempunyai usaha kecil dalam menjual hasil kuliner, kerajinan, tangan, tekstil dan produk rumahan lainnya yang merupakan ciri khas dari Kabupaten Boalemo. Berdasarkan hasil survei dan wawancara dengan beberapa pelaku UMKM di Kabupaten Boalemo, banyak yang belum menggunakan media digital dalam proses pemasarannya, promosi hasil produknya masih dilakukan secara manual yaitu dengan menjual produknya secara *offline*, mencetak brosur, membuat reklame ataupun dari mulut ke mulut. Promosi dengan bentuk manual seperti ini cenderung memiliki jangkauan yang terbatas. Sulit bagi UMKM untuk menjangkau pasar yang lebih luas di luar lingkungan atau daerah mereka.

Setelah mengetahui proses permasalahan yang terjadi, tim pengabdian memberi pelatihan bagaimana cara mempromosikan produk-produk pelaku UMKM secara digital. Proses pengabdian ini didukung dan bekerja sama dengan BPSDMP Kominfo Manado dan pemerintah daerah Kabupaten Boalemo mengadakan pelatihan *digital entrepreneurship academy* dengan fokus pada pemasaran digital dasar dengan memanfaatkan media sosial. Bentuk pelatihan yang diberikan antara lain bagaimana memanfaatkan pemasaran secara digital sebagai media promosi produk UMKM (Susanto et al., 2020). Untuk memastikan pemahaman dan penerapan materi pelatihan, kegiatan pendampingan pasca pelatihan juga dilakukan. Pendampingan ini dilakukan selama 14-28 hari dengan metode praktis, dimana peserta diberi kesempatan untuk berdiskusi dan bertanya langsung kepada pengajar. Selain itu, UMKM yang dikelola oleh perempuan di Kabupaten Malang juga dilakukan pendampingan dalam pemasaran digital, khususnya di media sosial. Hasil dari kegiatan pendampingan ini menunjukkan adanya peningkatan kemampuan perempuan dalam mengelola pemasaran digital, yang nampak dari meningkatnya *engagement rate* akun media sosial masing-masing UMKM (Maharani et al., 2022).

Tujuan dari pengabdian ini adalah untuk memberikan pemahaman dan keterampilan yang diperlukan dalam memanfaatkan teknologi dan *platform digital* guna meningkatkan kualitas bisnis serta mengembangkan strategi pemasaran yang lebih efektif. Dengan meningkatkan keterampilan digital, diharapkan UMKM dapat lebih kompetitif dan adaptif terhadap perubahan tren dan berkembang secara berkelanjutan. Hal ini menunjukkan betapa pentingnya pendampingan dan pelatihan bagi UMKM untuk meningkatkan kapabilitas mereka dalam mengelola usaha (Zukhri et al., 2022).

2. Metode

Pelatihan ini diadakan pada tanggal 17-18 Juli 2023 di Kompleks Kantor Bupati Kabupaten Boalemo Limbato, Kecamatan Tilamuta, Kabupaten Boalemo, Gorontalo yang diikuti sebanyak 50 peserta. Pelatihan pemasaran digital dasar dilaksanakan dengan proses kegiatan pengabdian yang meliputi sosialisasi dan penyuluhan, pemberian pelatihan, serta pendampingan selama satu bulan.

Pendekatan praktis dan penilaian dengan *Learning Management System (LMS)* Kominfo digunakan sehingga dampak kegiatan dapat benar-benar dinilai dan diukur. Selain itu, peserta diberikan tugas dan latihan untuk menerapkan apa yang telah mereka pelajari. *Feedback* dari pengajar memberikan wawasan tambahan dan koreksi yang diperlukan, memastikan bahwa setiap peserta mendapatkan manfaat maksimal dari pelatihan. Gambaran alur kegiatan pelatihan dan pendampingan disajikan pada [Gambar 1](#).



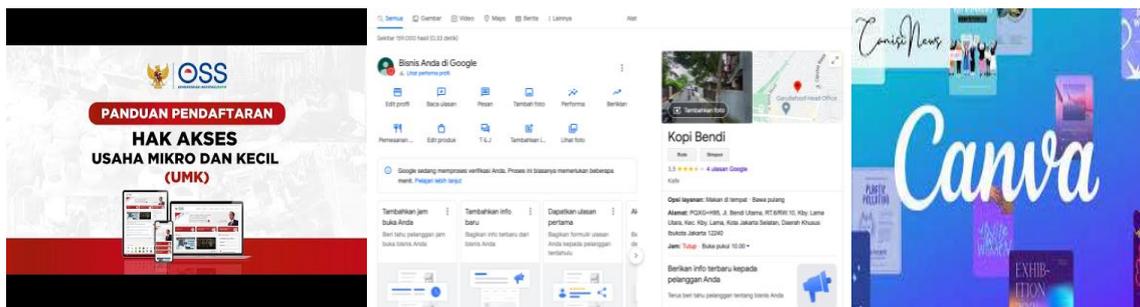
Gambar 1. Bagan alur pelatihan dan pendampingan

3. Hasil dan Pembahasan

Kegiatan pengabdian ini dimulai dengan memberikan materi dasar tentang digitalisasi diantaranya adalah konsep digitalisasi pemasaran produk, metode pemanfaatan digitalisasi dan aplikasi apa saja yang dimanfaatkan untuk memasarkan produk UMKM. Selanjutnya dilakukan pendampingan dalam menggunakan aplikasi dari nol sampai pelaku UMKM benar-benar mengerti.

3.1. Pendampingan pelatihan dasar tentang digitalisasi

Peserta pelatihan diberikan pemahaman tentang dasar kewirausahaan dan pengenalan terhadap pemasaran digital. Materi pelatihan disampaikan melalui konsep, praktik, dan diskusi kelompok. Selain itu, peserta diberikan kesempatan untuk berinteraksi dan berdiskusi langsung dengan para pengajar, memungkinkan mereka untuk mendalami materi yang diajarkan. Beberapa materi contoh dapat dilihat pada [Gambar 2](#).



Gambar 2. Materi dan sampel hasil pendaftaran NIB, Google Bisnis, dan Canva

3.2. Pendampingan pasca pelatihan lewat media sosial

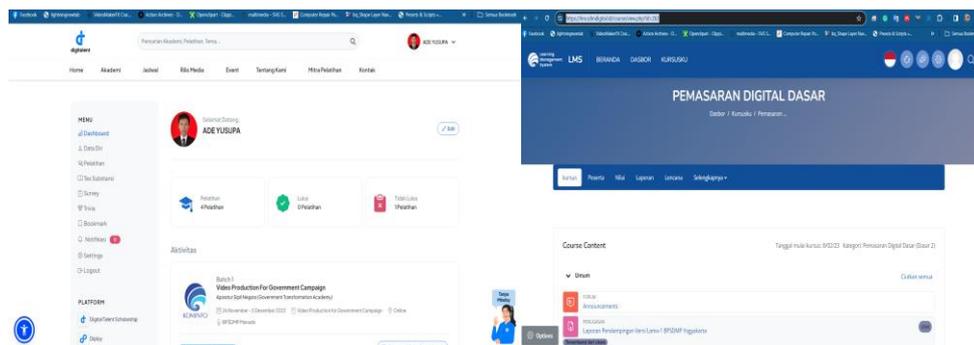
Namun, pelatihan tidak berakhir setelah sesi terakhir. Pendampingan pasca-pelatihan menjadi bagian integral dari program ini. Melalui sesi pendampingan di Zoom dan grup WhatsApp, peserta memiliki akses langsung ke pengajar untuk berkonsultasi lebih lanjut, memecahkan masalah atau sekadar berbagi pengalaman dalam menerapkan pengetahuan baru (Gambar 3). Ini menunjukkan komitmen yang mendalam untuk memastikan keberhasilan setiap peserta dalam menerapkan apa yang telah mereka pelajari. Pendampingan ini berlangsung selama minimal 14 hari dan maksimal 28 hari. Tujuan dari pendampingan ini adalah untuk memberikan kesempatan bagi peserta melakukan klarifikasi atau pendalaman dengan pengajar terhadap materi yang telah diajarkan dalam pelatihan. Hal ini bertujuan untuk memastikan bahwa peserta benar-benar memahami dan dapat menerapkan ilmu yang telah mereka peroleh.



Gambar 3. Kegiatan pendampingan peserta pelatihan melalui Zoom

3.3. Evaluasi penggunaan aplikasi

Dengan menggunakan aplikasi Zoom sebagai platform pelatihan dan *e-learning management system* yang disediakan oleh Kominfo (Gambar 4), peserta diberikan kesempatan untuk mendapatkan pengetahuan tanpa harus meninggalkan kenyamanan rumah atau tempat usaha mereka. Setiap sesi pelatihan dirancang sedemikian rupa untuk memastikan interaksi maksimal antara peserta dan pengajar. Melalui presentasi materi, diskusi interaktif dan sesi tanya jawab, peserta diajak untuk tidak hanya menerima informasi, tetapi juga memahaminya dengan mendalam. Kegiatan pengabdian masyarakat ini bukan hanya tentang transfer pengetahuan, tetapi juga tentang membangun kapasitas dan pemberdayaan pelaku usaha di Kabupaten Boalemo. Dengan pendekatan yang holistik, interaktif dan berorientasi pada praktik, diharapkan pelaku usaha di Kabupaten Boalemo tidak hanya menjadi konsumen teknologi, tetapi juga inovator dan pelopor dalam era digital.



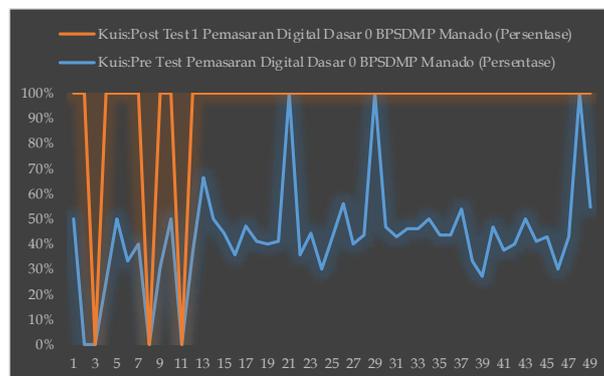
Gambar 4. Media learning management system

Untuk mengevaluasi apakah peserta pelatihan ini benar-benar mengerti dengan materi yang disampaikan selama pelatihan, dilakukan serangkaian evaluasi. Mulai dari pemberian *post-test*, tugas-tugas, dan mempraktikkan pemasaran produk digital lewat aplikasi media sosial seperti Instagram, Tiktok, Twitter dan lain-lain serta aplikasi *marketplace* yang populer seperti Shopee, tokopedia dan lain-lain. Hasil evaluasi dapat dilihat pada [Tabel 1](#).

Tabel 1. Daftar contoh nama, nilai tugas dan produk digital

Nama	Post-test	Tugas 1	Tugas 2	Tugas 3	Status	Hasil tugas 1
Aialfian Igirisa	10	100	90	90	Lulus	
Dhdarnisa Hasan	10	100	90	89	Lulus	
Dmdjakir Mohamad Alam	10	100	90	90	Lulus	

Berdasarkan evaluasi dan penilaian yang dilakukan mentor, dapat dilihat pada [Tabel 1](#), peserta yang mengikuti pelatihan mendapatkan nilai yang tinggi di setiap tugas dan *post-test*. Dengan melihat evaluasi ini, dapat diyakini peserta pelatihan dapat mengimplementasikan pemasaran produk secara digital dan dapat meningkatkan nilai tersendiri dari produk tersebut dan tentunya keuntungan dari hasil pemasaran produk secara digital. Gambaran secara umum dapat dilihat dari [Gambar 5](#).



Gambar 5. Grafik persentase kelulusan peserta

Selama kegiatan, diskusi interaktif antara peserta dan pengajar menjadi salah satu metode yang efektif untuk memastikan pemahaman materi. Hal ini terlihat dari dokumentasi kegiatan, di mana peserta berdiskusi dengan para pengajar dalam grup. Interaksi semacam ini memungkinkan peserta untuk mendapatkan klarifikasi dan

memahami konsep dengan lebih baik. Selain diskusi dalam grup, sesi diskusi juga dilakukan dalam kelas, seperti yang terlihat pada [Gambar 6](#). Dalam sesi ini, peserta diberi kesempatan untuk bertanya dan berinteraksi langsung dengan pengajar. Hal ini memastikan bahwa setiap peserta mendapatkan bimbingan yang diperlukan untuk memahami dan menerapkan konsep yang diajarkan.



[Gambar 6](#). Diskusi peserta dengan pengajar dalam kelas

Dari hasil kegiatan ini, dapat disimpulkan bahwa pelatihan dan asistensi memasukkan bisnis ke dunia digital telah memberikan dampak positif bagi peserta. Dengan bimbingan yang tepat dan metode pelatihan yang efektif, peserta dapat meningkatkan pemahaman mereka tentang dunia digital dan bagaimana memanfaatkannya untuk bisnis mereka. Hal ini diharapkan dapat membantu peserta dalam menghadapi tantangan di era digital saat ini.

Dari data yang diperoleh, terlihat bahwa peserta pelatihan pemasaran digital dasar yang diadakan oleh BPSDMP Kominfo Manado sangat antusias dalam mengikuti setiap sesi. Hal ini terlihat dari tingginya tingkat kehadiran dan interaksi yang terjadi selama pelatihan. Diskusi aktif antara peserta dengan para pengajar menunjukkan ketertarikan peserta untuk memahami lebih dalam tentang pemasaran digital. Metode pelaksanaan pelatihan yang melibatkan konsep, praktik dan diskusi kelompok terbukti efektif dalam meningkatkan pemahaman peserta. Hal ini didukung dengan adanya sesi tanya jawab yang memungkinkan peserta untuk mendapatkan klarifikasi langsung dari pengajar.

Pendampingan pasca pelatihan yang dilakukan selama 14-28 hari memberikan kesempatan bagi peserta untuk mendalami materi dengan bimbingan langsung dari pengajar. Dari *feedback* yang diterima, peserta merasa mendapatkan manfaat besar dari sesi pendampingan ini, terutama dalam penerapan ilmu yang telah diperoleh. Berdasarkan evaluasi yang dilakukan, mayoritas peserta menunjukkan peningkatan keterampilan dan pemahaman dalam pemasaran digital. Hal ini terlihat dari hasil tes dan evaluasi yang menunjukkan bahwa sebagian besar peserta berhasil mencapai standar kompetensi yang ditetapkan.

4. Kesimpulan

Pelatihan pemasaran digital dasar yang ditujukan kepada pelaku usaha UMKM di Kabupaten Bolaemo Sulawesi utara yang didukung oleh BPSDMP Kominfo Manado dan Pemerintah Kabupaten Boalemo telah berhasil dilaksanakan. Para peserta pelatihan berhasil menyerap materi yang diberikan oleh pemateri atau mentor mendapatkan status kelulusan setelah mengerjakan *post-test* dan tugas-tugas yang diberikan oleh

mentor. Evaluasi kinerja peserta menunjukkan peningkatan keterampilan dan pemahaman dalam pemasaran digital. Mayoritas peserta berhasil mencapai standar kompetensi yang ditetapkan, menunjukkan efektivitas pelatihan ini dalam meningkatkan kapasitas peserta. Namun, meskipun pelatihan ini berhasil dalam meningkatkan pemahaman peserta, masih ada ruang untuk perbaikan di masa mendatang. Beberapa saran yang dapat diberikan antara lain peningkatan materi pelatihan, penambahan sesi praktik, dan pemberian modul atau referensi tambahan bagi peserta. Dengan demikian, pelatihan ini dapat dianggap sebagai langkah awal yang baik dalam meningkatkan kapasitas UMKM di Indonesia dalam memanfaatkan pemasaran digital untuk meningkatkan bisnis para pelaku usaha UMKM di Kabupaten Boalemo.

Ucapan Terima Kasih

Kami ingin menyampaikan rasa terima kasih kepada pemerintahan Kabupaten Boalemo, BPSDMP Kominfo Manado, dan para pengajar dari Universitas Sam Ratulangi.

Daftar Pustaka

- Maharani, B., Saputri, A. Y., Wardani, A. K., Astuti, W. W., A'idah, W. L., & Pangestu, F. A. (2022). Penyuluhan Dan Pelatihan Pemasaran Digital, Adminitrasi Keuangan Dan Hak Kekayaan Intelektual Bagi Pelaku UMKM di Desa Madyocondro. *Taroa: Jurnal Pengabdian Masyarakat*, 1(1), 60–68. <https://doi.org/10.52266/taroa.v1i1.768>
- Susanto, B., Hadianto, A., Chariri, F. N., Rochman, M., Syauckani, M. M., & Daniswara, A. A. (2020). Penggunaan Digital Marketing untuk Memperluas Pasar dan Meningkatkan Daya Saing UMKM. *Community Empowerment*, 6(1), 42–47. <https://doi.org/10.31603/ce.4244>
- Yusupa, A., Sitompul, B. J. D., & Robot, J. R. (2023). Digital marketing counseling as a marketing strategy for MSMEs in facing the Covid-19 pandemic in Manado City. *Community Empowerment*, 8(2), 286–292. <https://doi.org/10.31603/ce.8797>
- Zukhri, N., Setyawan, R. D., & Tohari, M. (2022). Pelatihan Kewirausahaan Digital Pemula (Digital Entrepreneurship) Bagi UMKM Desa Air Duren. *JlIP - Jurnal Ilmiah Ilmu Pendidikan*, 5(11), 4830–4833. <https://doi.org/10.54371/jiip.v5i11.1105>



This work is licensed under a Creative Commons Attribution Non-Commercial 4.0 International License
