

SOSIALISASI DAN PELATIHAN PENGGUNAAN APLIKASI UMKM GO-DIGITAL UNTUK MENINGKATKAN PEMASARAN PRODUK UMKM DI KOTA PADANG

Ade Saputra ¹⁾, Firdaus ²⁾

¹ Sistem Informasi, Universitas Putra Indonesia YPTK, Padang

² Manajemen Informatika, Universitas Putra Indonesia YPTK, Padang

Email : saputrade460@upiypk.ac.id

Abstrak

Kegiatan Pengabdian kepada Masyarakat (PKM) ini bertujuan untuk meningkatkan kapasitas pelaku Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah (UMKM) di Kota Padang dalam memanfaatkan teknologi digital melalui sosialisasi dan pelatihan penggunaan aplikasi UMKM Go-Digital. Permasalahan utama yang dihadapi mitra adalah rendahnya pemahaman dan keterampilan dalam memanfaatkan platform digital untuk pemasaran produk, sehingga jangkauan pasar masih terbatas pada metode konvensional. Metode pelaksanaan kegiatan meliputi tahap identifikasi kebutuhan, sosialisasi konsep pemasaran digital, pelatihan penggunaan aplikasi UMKM Go-Digital, serta pendampingan praktik secara langsung. Kegiatan ini melibatkan pelaku UMKM sebagai peserta aktif dalam proses pembelajaran berbasis praktik (hands-on training). Hasil kegiatan menunjukkan adanya peningkatan pemahaman peserta terkait strategi pemasaran digital, kemampuan mengelola katalog produk secara online, serta pemanfaatan fitur promosi dalam aplikasi. Selain itu, peserta menunjukkan peningkatan kepercayaan diri dalam memasarkan produk secara digital dan memperluas jangkauan pasar. Luaran dari kegiatan ini berupa peningkatan literasi digital pelaku UMKM, optimalisasi penggunaan aplikasi UMKM Go-Digital, serta rekomendasi strategi pemasaran berbasis digital yang berkelanjutan. Dengan demikian, program ini diharapkan dapat mendorong transformasi digital UMKM di Kota Padang secara berkelanjutan dan meningkatkan daya saing produk lokal di era ekonomi digital.

Kata kunci: UMKM, Go-Digital, Pemasaran Digital, Literasi Digital, Pengabdian kepada Masyarakat.



Karya ini dilisensikan di bawah [Creative Commons Attribution 4.0 International License](#).

PENDAHULUAN

Perkembangan teknologi digital yang pesat telah mengubah lanskap perekonomian global, khususnya dalam sistem pemasaran dan distribusi produk. Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah (UMKM) memiliki peran strategis dalam mendukung pertumbuhan ekonomi daerah serta penyerapan tenaga kerja, termasuk di Kota Padang. Namun demikian, sebagian besar UMKM masih mengandalkan metode pemasaran konvensional seperti penjualan langsung (offline), promosi dari mulut ke mulut, dan jaringan pelanggan terbatas. Kondisi ini menyebabkan jangkauan pasar menjadi sempit, daya saing produk relatif rendah, serta kurang optimalnya pemanfaatan peluang pasar digital yang terus berkembang. Transformasi digital yang semakin masif pasca pandemi turut menuntut UMKM untuk beradaptasi dengan model pemasaran berbasis teknologi agar tetap bertahan dan berkembang.

Berbagai kegiatan pengabdian kepada masyarakat sebelumnya telah menyoroti pentingnya peningkatan literasi digital bagi pelaku UMKM, terutama dalam pemanfaatan

media sosial dan marketplace sebagai sarana pemasaran. Namun, sebagian besar program tersebut masih bersifat parsial dan belum terintegrasi dalam satu sistem aplikasi yang dapat membantu pelaku UMKM mengelola produk, promosi, serta informasi usaha secara terpadu. Selain itu, keterbatasan pemahaman teknis dan minimnya pendampingan berkelanjutan menjadi kendala dalam implementasi hasil pelatihan. Hal ini menunjukkan adanya kesenjangan antara kebutuhan digitalisasi UMKM dan ketersediaan sistem yang aplikatif serta mudah digunakan.

Berdasarkan analisis kesenjangan tersebut, kegiatan Pengabdian kepada Masyarakat ini dilaksanakan melalui sosialisasi dan pelatihan penggunaan Aplikasi UMKM Go-Digital sebagai solusi terintegrasi untuk mendukung pemasaran produk secara daring. Program ini tidak hanya berfokus pada transfer pengetahuan, tetapi juga pada praktik langsung dan pendampingan agar peserta mampu mengimplementasikan sistem secara mandiri. Kebaruan kegiatan ini terletak pada pendekatan berbasis aplikasi yang dirancang sesuai kebutuhan lokal UMKM di Kota Padang, sehingga lebih relevan, adaptif, dan berkelanjutan.

Tujuan kegiatan ini adalah untuk meningkatkan literasi digital dan kemampuan teknis pelaku UMKM dalam memanfaatkan aplikasi UMKM Go-Digital guna memperluas jangkauan pemasaran dan meningkatkan daya saing produk. Pertanyaan utama yang ingin dijawab melalui kegiatan ini adalah: bagaimana efektivitas sosialisasi dan pelatihan aplikasi UMKM Go-Digital dalam meningkatkan kapasitas pemasaran digital pelaku UMKM di Kota Padang? Dengan demikian, kegiatan ini diharapkan mampu memberikan kontribusi nyata terhadap percepatan transformasi digital UMKM secara sistematis dan berkelanjutan.

METODE PENGABDIAN

Metode pengabdian menjelaskan tentang pendekatan, rancangan kegiatan, ruang lingkup atau objek, bahan dan alat utama, tempat, teknik pengumpulan data, definisi operasional variabel Pengabdian, dan teknik analisis. [Times New Roman, 12, normal], spasi 1.

Kegiatan Pengabdian kepada Masyarakat ini menggunakan pendekatan partisipatif dengan model pelatihan berbasis praktik (*participatory training approach*), yang menempatkan pelaku UMKM sebagai subjek aktif dalam proses pembelajaran. Rancangan kegiatan disusun secara sistematis melalui beberapa tahapan, yaitu: (1) identifikasi kebutuhan dan analisis permasalahan mitra, (2) penyusunan materi sosialisasi dan modul pelatihan, (3) pelaksanaan sosialisasi konsep pemasaran digital dan demonstrasi aplikasi UMKM Go-Digital, (4) pelatihan praktik penggunaan aplikasi, dan (5) pendampingan serta evaluasi hasil kegiatan.

Teknik pengumpulan data dilakukan melalui observasi langsung, wawancara awal untuk mengidentifikasi kebutuhan peserta, serta penyebaran kuesioner sebelum dan sesudah pelatihan (*pre-test* dan *post-test*) guna mengukur peningkatan pemahaman dan keterampilan peserta. Selain itu, dokumentasi kegiatan dan evaluasi praktik penggunaan aplikasi juga digunakan sebagai data pendukung.

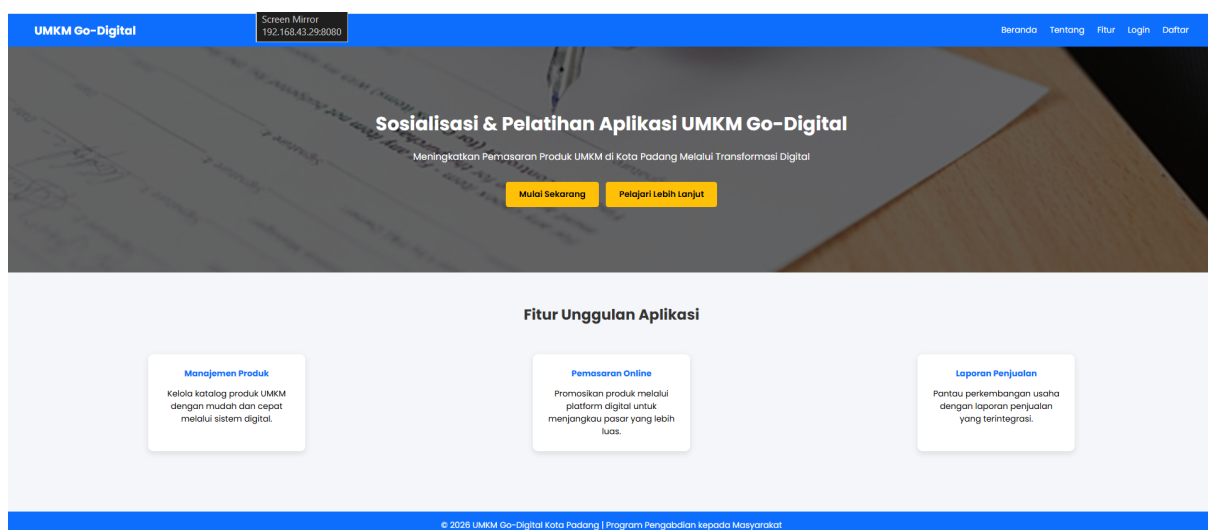
Definisi operasional variabel dalam kegiatan ini meliputi: (1) literasi digital, yang diukur melalui tingkat pemahaman peserta terhadap konsep pemasaran digital dan penggunaan aplikasi; (2) kemampuan teknis penggunaan aplikasi, yang diukur berdasarkan keterampilan peserta dalam menginput produk, mengelola katalog, dan memanfaatkan fitur promosi; serta (3) peningkatan kesiapan pemasaran digital, yang diukur melalui perubahan sikap dan kepercayaan diri peserta dalam memasarkan produk secara daring.

Teknik analisis data dilakukan secara deskriptif kuantitatif dan kualitatif. Data kuantitatif dari hasil pre-test dan post-test dianalisis untuk mengetahui persentase peningkatan pemahaman peserta, sedangkan data kualitatif dari observasi dan wawancara dianalisis untuk menggambarkan respons, kendala, serta efektivitas pelaksanaan kegiatan. Hasil analisis tersebut digunakan sebagai dasar evaluasi dan perbaikan program pengabdian di masa mendatang.

HASIL DAN DISKUSI

Pelaksanaan kegiatan Pengabdian kepada Masyarakat (PKM) dalam bentuk sosialisasi dan pelatihan penggunaan Aplikasi UMKM Go-Digital di Kota Padang telah menghasilkan luaran utama berupa sistem aplikasi berbasis web yang dirancang untuk mendukung pemasaran digital produk UMKM secara lebih terstruktur dan sistematis. Pengembangan aplikasi ini dilakukan berdasarkan kebutuhan mitra yang sebelumnya telah diidentifikasi, khususnya terkait keterbatasan dalam promosi digital, pengelolaan informasi produk, dan akses pasar yang masih bersifat lokal. Hasil kegiatan tidak hanya berupa penyampaian materi pelatihan, tetapi juga implementasi nyata dalam bentuk prototipe aplikasi yang dapat langsung digunakan oleh pelaku UMKM.

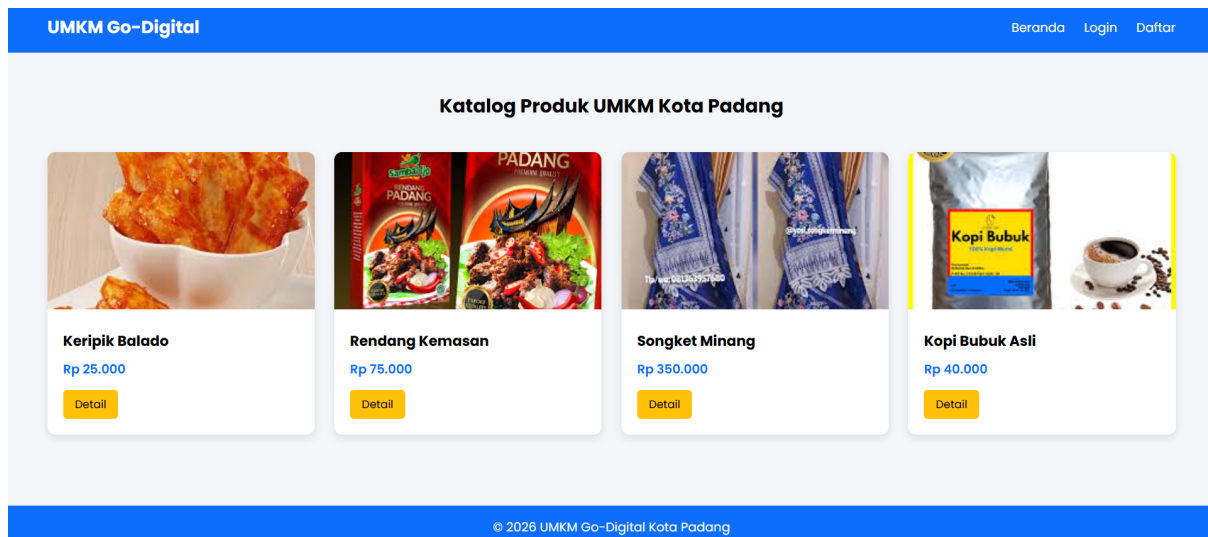
Salah satu hasil utama dari kegiatan ini sistem pengembangan halaman utama (homepage) aplikasi yang berfungsi sebagai pusat informasi dan representasi identitas sistem UMKM Go-Digital. Halaman utama dirancang dengan tampilan yang sistem, sederhana, dan mudah diakses melalui berbagai perangkat, baik sistem maupun telepon pintar. Pada halaman ini ditampilkan judul program, deskripsi singkat mengenai tujuan transformasi digital UMKM, serta tombol navigasi yang mengarahkan pengguna ke fitur-fitur utama aplikasi. Selain itu, terdapat penjelasan mengenai fitur unggulan seperti manajemen produk, pemasaran online, dan laporan penjualan yang menjadi nilai tambah sistem. Desain antarmuka yang intuitif diharapkan dapat meningkatkan kenyamanan pengguna serta memudahkan pelaku UMKM dalam memahami fungsi aplikasi sejak pertama kali mengaksesnya. Implementasi tampilan halaman utama aplikasi disajikan pada Gambar 1.



Gambar 1. Tampilan Halaman Utama Aplikasi UMKM Go-Digital

Selain halaman utama, hasil pengabdian juga mencakup pengembangan halaman katalog produk UMKM Kota Padang yang dapat diakses secara publik tanpa proses autentikasi (login). Halaman katalog ini berfungsi sebagai etalase digital yang menampilkan berbagai produk unggulan UMKM dalam format kartu (card layout). Setiap kartu produk memuat

elemen visual berupa gambar produk, nama produk, informasi harga, serta tombol untuk melihat detail lebih lanjut. Penyajian informasi yang terstruktur ini memungkinkan calon konsumen memperoleh gambaran awal mengenai produk secara cepat dan jelas. Kehadiran katalog publik ini merupakan langkah strategis dalam meningkatkan visibilitas produk UMKM di ranah digital, karena masyarakat dapat mengakses informasi produk kapan saja dan dari mana saja selama terhubung dengan internet. Dengan adanya tampilan visual yang menarik dan navigasi yang sederhana, katalog ini berpotensi meningkatkan minat konsumen serta memperluas jangkauan pemasaran produk UMKM di Kota Padang. Implementasi halaman katalog produk ditunjukkan pada Gambar 2.



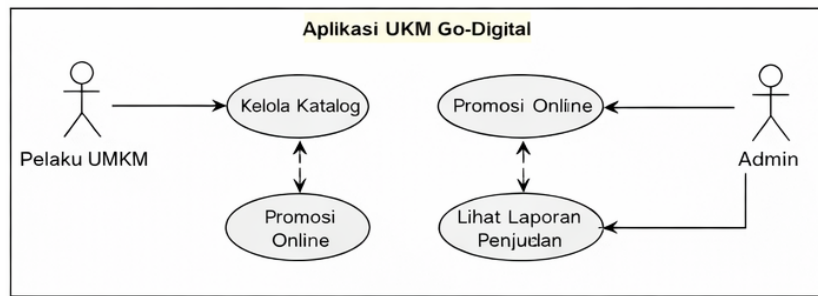
Gambar 2. Tampilan Halaman Katalog Produk UMKM Kota Padang

Secara keseluruhan, hasil kegiatan menunjukkan bahwa aplikasi UMKM Go-Digital telah berhasil dirancang dan diimplementasikan sesuai dengan kebutuhan dasar digitalisasi pemasaran UMKM. Sistem ini menyediakan fondasi awal bagi transformasi digital melalui penyediaan media promosi daring yang terintegrasi. Keberhasilan pengembangan halaman utama dan katalog publik menjadi indikator bahwa proses perancangan dan implementasi berjalan sesuai rencana. Hasil ini menjadi dasar untuk tahap selanjutnya, yaitu evaluasi penggunaan aplikasi, pengukuran peningkatan literasi digital peserta, serta pengembangan fitur lanjutan guna mendukung keberlanjutan program digitalisasi UMKM di Kota Padang.

Bagian diskusi dalam kegiatan Pengabdian kepada Masyarakat (PKM) ini memaparkan analisis sistem yang telah dikembangkan serta evaluasi implementasi aplikasi UMKM Go-Digital berdasarkan hasil pelaksanaan sosialisasi dan pelatihan. Pembahasan dilakukan secara sistematis dengan mengacu pada pemodelan sistem menggunakan diagram UML serta analisis capaian program PKM di lapangan. Use Case Diagram digunakan untuk mengidentifikasi aktor yang terlibat dalam sistem serta fungsi-fungsi utama yang dapat dijalankan. Berdasarkan hasil implementasi, terdapat dua aktor utama dalam Aplikasi UMKM Go-Digital, yaitu Pelaku UMKM dan Admin.

Pelaku UMKM memiliki hak akses untuk mengelola katalog produk, melakukan promosi online, serta memantau laporan penjualan. Sementara itu, Admin berperan dalam pengelolaan data pengguna, pengelolaan produk secara menyeluruh, serta memberikan bantuan atau pendampingan apabila terjadi kendala dalam sistem. Diagram use case ini menunjukkan bahwa sistem dirancang dengan pembagian peran yang jelas sehingga setiap aktor memiliki tanggung jawab dan fungsi yang terstruktur. Pemisahan hak akses ini bertujuan untuk menjaga keamanan data serta meningkatkan efektivitas pengelolaan aplikasi.

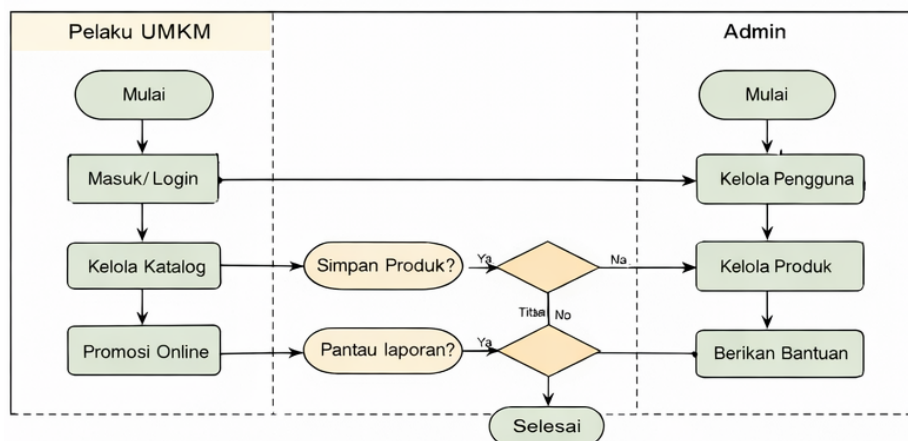
Dengan adanya model ini, alur interaksi antara pengguna dan sistem menjadi lebih terdefinisi secara sistematis.



Gambar 3. Use Case Diagram Aplikasi UMKM Go-Digital

Berdasarkan diagram tersebut dapat dianalisis bahwa aplikasi telah memenuhi kebutuhan dasar digitalisasi pemasaran UMKM, yaitu pengelolaan produk secara mandiri dan monitoring laporan. Hal ini menunjukkan bahwa sistem tidak hanya berfungsi sebagai etalase digital, tetapi juga sebagai alat manajemen usaha berbasis web. Activity Diagram digunakan untuk menggambarkan alur proses operasional dalam sistem secara lebih rinci. Diagram ini memperlihatkan tahapan aktivitas yang dilakukan oleh Pelaku UMKM maupun Admin sejak sistem dijalankan hingga proses selesai.

Pada sisi Pelaku UMKM, alur dimulai dari proses login, kemudian dilanjutkan dengan pengelolaan katalog produk. Setelah produk disimpan, pengguna dapat melakukan promosi online dan memantau laporan. Jika terdapat kendala, sistem memungkinkan adanya interaksi dengan Admin untuk mendapatkan bantuan. Sementara itu, pada sisi Admin, aktivitas dimulai dari pengelolaan pengguna, dilanjutkan dengan pengelolaan data produk, serta pemberian bantuan teknis apabila diperlukan. Diagram aktivitas ini menunjukkan bahwa sistem memiliki alur kerja yang terstruktur dan mendukung kolaborasi antara pelaku UMKM dan administrator. Melalui analisis aktivitas ini dapat disimpulkan bahwa aplikasi dirancang dengan pendekatan prosedural yang jelas, sehingga memudahkan pengguna dalam memahami tahapan penggunaan sistem. Kejelasan alur proses ini juga berkontribusi terhadap kemudahan adopsi teknologi oleh pelaku UMKM yang sebelumnya belum terbiasa menggunakan sistem digital.



Gambar 4. Activity Diagram Aplikasi UMKM Go-Digital

Untuk memperkuat pembahasan, dilakukan evaluasi terhadap peningkatan pemahaman peserta sebelum dan sesudah pelatihan menggunakan metode pre-test dan post-test. Berikut ringkasan hasil evaluasi:

No	Indikator	Sebelum (%)	Sesudah (%)
1	Pemahaman pemasaran digital	45	82
2	Kemampuan mengelola produk	40	85
3	Kemampuan menggunakan aplikasi	35	88
4	Kepercayaan diri pemasaran online	50	90

Tabel 1. Hasil Evaluasi Pre-Test dan Post-Test Peserta PKM

Berdasarkan tabel tersebut terlihat adanya peningkatan signifikan pada seluruh indikator. Peningkatan rata-rata mencapai lebih dari 40%, yang menunjukkan bahwa pendekatan pelatihan berbasis praktik (*hands-on training*) efektif dalam meningkatkan literasi digital peserta. Selain itu, observasi selama kegiatan menunjukkan bahwa peserta lebih cepat memahami sistem ketika diberikan contoh langsung melalui tampilan aplikasi (*homepage* dan *katalog publik*) dibandingkan hanya melalui penjelasan teori. Hal ini mengindikasikan bahwa integrasi antara pengembangan sistem dan pelatihan langsung merupakan strategi yang tepat dalam kegiatan PKM berbasis teknologi. Sebelum pelaksanaan PKM, sebagian besar UMKM di Kota Padang menggunakan media sosial secara tidak terstruktur tanpa sistem manajemen katalog yang jelas. Setelah implementasi aplikasi UMKM Go-Digital, UMKM memiliki platform terintegrasi yang memungkinkan pengelolaan produk secara profesional.

Kebaruan kegiatan PKM ini terletak pada:

1. Pengembangan aplikasi berbasis kebutuhan lokal UMKM.
2. Integrasi antara sistem, pelatihan, dan pendampingan.
3. Penyediaan katalog publik sebagai etalase digital terbuka.

Pendekatan ini berbeda dengan pelatihan konvensional yang hanya berfokus pada peningkatan pengetahuan tanpa menyediakan sistem yang dapat langsung digunakan. Secara keseluruhan, diskusi menunjukkan bahwa implementasi Aplikasi UMKM Go-Digital memberikan kontribusi nyata terhadap percepatan transformasi digital UMKM di Kota Padang. Sistem yang sederhana, responsif, dan mudah diakses meningkatkan kesiapan pelaku UMKM dalam memasuki pasar digital. Dengan adanya model sistem berbasis web yang terintegrasi, pelaku UMKM tidak hanya memahami konsep pemasaran digital secara teoritis, tetapi juga mampu mengimplementasikannya secara langsung dalam aktivitas usaha sehari-hari. Hal ini menunjukkan bahwa PKM berbasis teknologi informasi dapat menjadi strategi efektif dalam meningkatkan daya saing UMKM secara berkelanjutan.

KESIMPULAN

Kegiatan Pengabdian kepada Masyarakat (PKM) melalui sosialisasi dan pelatihan penggunaan Aplikasi UMKM Go-Digital di Kota Padang telah berhasil menghasilkan luaran berupa sistem aplikasi berbasis web yang mendukung pemasaran digital produk UMKM. Implementasi aplikasi yang dilengkapi dengan halaman utama dan katalog publik menunjukkan bahwa sistem telah dirancang sesuai dengan kebutuhan dasar digitalisasi usaha, yaitu pengelolaan produk, promosi online, dan pemantauan laporan. Berdasarkan hasil evaluasi pelatihan, terjadi peningkatan signifikan pada aspek pemahaman pemasaran digital, kemampuan teknis penggunaan aplikasi, serta kepercayaan diri pelaku UMKM dalam memasarkan produk secara daring. Analisis sistem melalui Use Case Diagram dan Activity Diagram juga menunjukkan bahwa aplikasi memiliki alur kerja yang terstruktur dan pembagian peran yang jelas antara pelaku UMKM dan admin, sehingga mendukung efektivitas pengelolaan sistem. Secara keseluruhan, kegiatan PKM ini memberikan kontribusi nyata dalam mendorong transformasi digital UMKM di Kota Padang. Integrasi antara

pengembangan sistem, pelatihan berbasis praktik, dan pendampingan menjadi faktor kunci keberhasilan program. Ke depan, diperlukan pengembangan fitur lanjutan dan pendampingan berkelanjutan agar implementasi aplikasi dapat memberikan dampak yang lebih luas dan berkelanjutan terhadap peningkatan daya saing UMKM.

DAFTAR PUSTAKA

- [1] Asosiasi Penyelenggara Jasa Internet Indonesia (APJII), “Laporan Survei Penetrasi Internet Indonesia 2023,” 2023.
- [2] Badan Pusat Statistik, “Statistik E-Commerce 2023,” 2023.
- [3] Bank Indonesia, “Blueprint Sistem Pembayaran Indonesia 2025,” 2022.
- [4] Chaffey, D., “Digital Marketing Strategy and Implementation,” Smart Insights, 2022.
- [5] DataReportal, “Digital 2024: Indonesia,” 2024.
- [6] Google, Temasek, & Bain & Company, “e-Conomy SEA 2023 Report,” 2023.
- [7] Hootsuite & We Are Social, “Digital 2024 Global Overview Report,” 2024.
- [8] Kementerian Koperasi dan UKM RI, “Data Perkembangan UMKM Tahun 2023,” 2023.
- [9] Kementerian Komunikasi dan Informatika RI, “Transformasi Digital UMKM Indonesia,” 2023.
- [10] Kotler, P., & Keller, K. L., “Marketing Management,” 15th ed., Pearson, 2016.
- [11] Laudon, K. C., & Laudon, J. P., “Management Information Systems: Managing the Digital Firm,” 16th ed., Pearson, 2020.
- [12] McKinsey & Company, “The Digital Archipelago: How Online Commerce is Driving Indonesia’s Economic Development,” 2022.
- [13] OECD, “The Digital Transformation of SMEs,” 2021.
- [14] Otoritas Jasa Keuangan, “Literasi dan Inklusi Keuangan Digital 2023,” 2023.
- [15] Porter, M. E., “The Five Competitive Forces That Shape Strategy,” Harvard Business Review, 2008.
- [16] Statista, “E-commerce in Indonesia – Market Data & Analysis,” 2024.
- [17] UNCTAD, “Digital Economy Report 2021,” 2021.
- [18] UNESCO, “Digital Skills for Entrepreneurship,” 2022.
- [19] World Bank, “Indonesia Digital Economy Assessment,” 2022.
- [20] World Economic Forum, “Future of Digital Economy and New Value Creation,” 2023.