

PENGEMBANGAN UMKM DESA DENGAN KONSEP DIGITAL ECONOMY DALAM UPAYA PENINGKATAN PENDAPATAN MASYARAKAT DI DESA JATISARI, MALANG

Ababil Karhoma Wijaya^{1*}, Handri Dian Wahyudi², Ely Siswanto³, Misbahul Munir⁴, Nazulah Mufarichah Rochim⁵

^{1,2,3,4} Universitas Negeri Malang, Malang, Indonesia

⁵ Universitas Airlangga, Indonesia

*e-mail korespondensi: ababil.wijaya.fv@um.ac.id

Abstract

Jatisari Village, located in Pakisaji District, Malang Regency, is a partner village of Universitas Negeri Malang. Strategically located with favorable natural conditions, it supports agricultural activities due to high rainfall and the availability of water from rivers and natural springs. Most residents work in agriculture, while others are involved in trade, services, and small industries. The village's MSMEs (Micro, Small, and Medium Enterprises) hold great potential, offering products such as fruit chips, ground coffee, traditional herbal drinks, bamboo crafts, hand-drawn batik, home-made cakes, dairy products, and salted eggs. However, this potential has not been fully realized due to weak business management and marketing strategies. One proposed solution is the implementation of the digital economy concept, which utilize digital technologies to improve management efficiency and expand MSME market reach through e-commerce. The digital based MSME management training program aims to help local entrepreneurs enhance their competitiveness in broader markets. The outputs of this program are photo product for their digital marketing and the guidelines to activate their digital marketing.

Keywords: digital economy; MSME

Abstrak

Desa Jatisari, yang terletak di Kecamatan Pakisaji, Kabupaten Malang, merupakan desa mitra Universitas Negeri Malang. Letaknya yang strategis dengan kondisi alam yang mendukung menjadikan desa ini cocok untuk kegiatan pertanian karena curah hujan yang tinggi serta ketersediaan air dari sungai dan sumber mata air alami. Sebagian besar penduduknya bekerja di sektor pertanian, sementara yang lain bergerak di bidang perdagangan, jasa, dan industri kecil. UMKM (Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah) di desa ini memiliki potensi besar, dengan produk-produk seperti keripik buah, kopi bubuk, minuman herbal tradisional, kerajinan bambu, batik tulis, kue rumahan, produk olahan susu, dan telur asin. Namun, potensi ini belum tergarap secara maksimal karena lemahnya manajemen usaha dan strategi pemasaran. Salah satu solusi yang diusulkan adalah penerapan konsep ekonomi digital, yang memanfaatkan teknologi digital untuk meningkatkan efisiensi manajemen dan memperluas jangkauan pasar UMKM melalui e-commerce. Program pelatihan manajemen UMKM berbasis digital ini bertujuan untuk membantu para pelaku usaha lokal meningkatkan daya saing mereka di pasar yang lebih luas. Luaran dari program ini berupa foto produk untuk pemasaran digital dan panduan untuk mengaktifkan pemasaran digital mereka.

Kata Kunci: digital economy; UMKM

Accepted: 2025-06-20

Published: 2025-07-09

PENDAHULUAN

Pemanfaatan teknologi dalam bidang ekonomi semakin menarik perhatian dan menciptakan pangsa pasar tersendiri. Tidak hanya digunakan oleh perusahaan berskala global, namun UMKM juga mulai meningkatkan pemasaran melalui pemasaran digital (Loniza, et al., 2024). Usaha ini tentunya tidak hanya fokus pada media pemasaran, namun juga harus didasari dengan penguatan produk UMKM itu sendiri (Timmons, et al., 2004). Produk yang berkualitas merupakan dasar dari pengembangan pasar dan menjadikan produk UMKM memiliki daya saing global (Loniza, et al., 2024).

Produk UMKM Masyarakat Desa Jatisari memiliki potensi besar untuk dikembangkan dengan jangkauan pasar yang lebih luas, namun saat ini potensi tersebut belum dikelola secara optimal karena UMKM belum memiliki manajemen strategi dan pemasaran yang kurang. Dengan *digital economy*, UMKM dapat dipasarkan lebih optimal secara global. *Digital economy* adalah sebuah konsep untuk meningkatkan ekonomi masyarakat dengan memperbaiki manajemen agar lebih efisien dan meningkatkan penjualan UMKM melalui *e-commerce* (Bukht & Heeks, 2017). Meningkatkan pendapat yang diharapkan melalui perluasan pemasaran.

Dalam dinamika pembangunan ekonomi nasional, Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah (UMKM) memegang peranan sentral sebagai tulang punggung perekonomian rakyat. UMKM tidak hanya menyediakan lapangan kerja dalam jumlah besar, tetapi juga mendorong pertumbuhan ekonomi daerah, memperkuat basis ekonomi masyarakat, dan meningkatkan ketahanan ekonomi nasional (Munizu, 2010). Kegiatan kewirausahaan yang terwadahi dalam UMKM memberikan peluang luas bagi masyarakat untuk berinovasi dan menciptakan nilai tambah dari potensi lokal yang dimiliki (Hastuti, et al., 2020). Oleh karena itu, penguatan UMKM di tingkat desa menjadi langkah strategis untuk mengatasi berbagai permasalahan ekonomi yang dihadapi masyarakat, termasuk pengangguran, rendahnya daya saing, dan keterbatasan akses pasar.

Salah satu desa yang memiliki potensi besar dalam pengembangan UMKM adalah Desa Jatisari, Kecamatan Pakisaji, Kabupaten Malang. Desa ini merupakan desa mitra Universitas Negeri Malang dalam program pengabdian kepada masyarakat yang ditujukan untuk penguatan ekonomi lokal berbasis digital. Letaknya yang strategis, didukung oleh kondisi geografis yang subur, menjadikan Jatisari sebagai desa yang kaya akan komoditas pertanian dan hasil olahan rumah tangga. Iklim tropis dengan curah hujan tinggi serta keberadaan sungai dan sumber air alami menjadikan desa ini cocok untuk pertanian dan industri olahan pangan. Berdasarkan data Badan Pusat Statistik, Kecamatan Pakisaji memiliki suhu rata-rata 22–28°C dan curah hujan rata-rata antara 1.255–1.845 m³/dt (Statistik, 2021), yang merupakan kondisi ideal untuk mendukung kegiatan agribisnis dan pengolahan hasil tani.

UMKM di Desa Jatisari memiliki berbagai produk unggulan seperti keripik buah, kopi bubuk, jamu tradisional, kerajinan bambu, batik tulis, kue olahan rumahan, produk olahan susu, dan telur asin (Octavian, et al., 2024). Produk-produk ini menunjukkan adanya kreativitas dan pemanfaatan potensi lokal yang tinggi. Namun, tantangan utama yang dihadapi oleh para pelaku UMKM adalah keterbatasan dalam aspek promosi, pemasaran, dan pemanfaatan teknologi digital. Banyak pelaku UMKM masih menjalankan usahanya secara tradisional, tanpa strategi pemasaran yang terarah serta tanpa pemanfaatan platform digital seperti e-commerce, media sosial, atau sistem informasi manajemen sederhana (Rezky, et al., 2021). Akibatnya, jangkauan pasar UMKM masih sangat terbatas, daya saing rendah, dan pertumbuhan usaha stagnan.

Masalah yang dihadapi oleh masyarakat Desa Jatisari mencakup beberapa aspek krusial. Pertama, rendahnya kesadaran pelaku UMKM akan pentingnya teknologi digital dalam pemasaran produk. Kedua, belum adanya inovasi branding yang dapat menambah nilai jual produk lokal. Ketiga, ketiadaan pendampingan UMKM berbasis konsep *digital economy* yang bisa menjadi jembatan transformasi dari usaha konvensional ke digital. Ketiga masalah ini menjadi penghambat utama dalam mengoptimalkan potensi ekonomi desa secara menyeluruh.

Konsep ekonomi digital atau *digital economy* hadir sebagai solusi strategis untuk mengatasi berbagai permasalahan tersebut. *Digital economy* secara sederhana dapat dipahami sebagai pemanfaatan teknologi digital untuk meningkatkan efisiensi produksi, distribusi, dan konsumsi barang dan jasa (Bukht & Heeks, 2017). Dalam konteks UMKM, *digital economy* mencakup penggunaan internet untuk pemasaran, transaksi, branding, manajemen pelanggan, hingga pencatatan keuangan secara digital. Dengan pendekatan ini, pelaku UMKM dapat memperluas

pasar secara geografis, menjangkau konsumen dari luar daerah bahkan luar negeri, serta meningkatkan profesionalisme dan efisiensi dalam menjalankan bisnis.

Program pengabdian masyarakat ini bertujuan untuk memberikan pelatihan dan pendampingan kepada pelaku UMKM di Desa Jatisari agar mampu memanfaatkan teknologi digital secara optimal. Metode pelatihan mencakup peningkatan kapasitas dalam fotografi produk dengan menggunakan perangkat sederhana seperti kamera ponsel, teknik penulisan deskripsi produk yang menarik, serta strategi pemasaran di berbagai platform digital seperti Shopee, Tokopedia, Instagram, dan TikTok. Selain itu, pelatihan juga akan membahas inovasi branding lokal yang mampu menampilkan identitas produk khas Desa Jatisari. Pengenalan dan pendampingan dalam pengelolaan toko digital, pemanfaatan fitur analytics, serta pengelolaan transaksi online juga menjadi bagian dari modul pelatihan ini.

Pendekatan yang digunakan dalam kegiatan ini adalah model Participatory Rural Appraisal (PRA), Participatory Technology Development, dan Community Development, yang menekankan keterlibatan aktif masyarakat dalam setiap tahapan pelaksanaan, mulai dari identifikasi masalah hingga evaluasi. Model edukatif melalui penyuluhan dan pelatihan juga diterapkan untuk menjamin pemahaman masyarakat terhadap konsep-konsep baru yang ditawarkan. Keikutsertaan masyarakat sebagai subjek dan bukan hanya objek dalam kegiatan ini diharapkan dapat menciptakan rasa kepemilikan terhadap hasil pengabdian, sehingga berkelanjutan dalam jangka panjang.

METODE

Kegiatan pengabdian ini ditujukan untuk meningkatkan kapasitas pelaku UMKM di Desa Jatisari dalam memanfaatkan teknologi digital guna memperluas jangkauan pemasaran produk secara efektif dan efisien. Sasaran utama adalah 30 pelaku UMKM yang belum sepenuhnya memahami pentingnya legalitas usaha dan strategi promosi berbasis digital, khususnya dalam penggunaan teknologi Artificial Intelligence (AI) untuk pembuatan foto produk berkualitas tinggi (Yogja, et al., 2023). Metode pelaksanaan dilakukan melalui pendekatan *Participatory Rural Appraisal* (PRA), *Participatory Technology Development*, dan *Community Development*, yang menekankan keterlibatan aktif mitra dalam seluruh tahapan program. Dengan pendekatan yang sistematis dan partisipatif, program ini tidak hanya bertujuan memberikan solusi jangka pendek, tetapi juga membangun fondasi transformasi ekonomi digital yang berkelanjutan. Harapannya, Desa Jatisari dapat menjadi percontohan bagi desa-desa lain dalam mengembangkan UMKM berbasis potensi lokal yang terhubung dengan teknologi global. Ini bukan sekadar soal meningkatkan penjualan, melainkan juga menciptakan kemandirian ekonomi desa, membangun generasi pengusaha muda desa yang melek digital, serta memperkuat ketahanan ekonomi masyarakat akar rumput melalui inovasi yang inklusif.

Kegiatan dimulai dari pemetaan kebutuhan dan identifikasi permasalahan, dilanjutkan dengan penyusunan kurikulum pelatihan yang sesuai dengan karakteristik UMKM lokal. Pelatihan meliputi edukasi legalitas usaha, teknik fotografi produk menggunakan AI tools, hingga praktik pengunggahan produk ke platform e-commerce. Proses pendampingan dilakukan secara intensif selama program berlangsung, disertai dengan sesi mentoring dan evaluasi progres. Evaluasi dilakukan untuk mengukur peningkatan pemahaman dan keterampilan peserta dalam memanfaatkan teknologi digital serta dampaknya terhadap pertumbuhan usaha dan potensi pendapatan mereka. Hasil dari kegiatan ini diharapkan dapat menciptakan ekosistem UMKM desa yang adaptif terhadap perkembangan ekonomi digital dan mampu bersaing di pasar yang lebih luas.

Tahapan pelaksanaan pengabdian adalah sebagai berikut:

- 1) Persiapan

Pelaksana melakukan proses identifikasi masalah di Desa Jatisari, menganalisis prioritas masalah, penyebab masalah, dan rencana penyelesaian masalah. Kemudian dilakukan tahap pendataan UMKM yang ada di Desa Jatisari. Tahapan ini dilakukan dan dijelaskan secara mendetail dalam proposal pengabdian yang kemudian digunakan sebagai acuan pelaksanaan program pengabdian kepada masyarakat di Desa Jatisari. Koordinasi antara peneliti dan pihak desa dilakukan guna mendapatkan data yang menyeluruh dan valid.

2) Pelaksanaan

Pada tahapan ini, pelaksana melaksanakan penyuluhan terkait penggunaan media sosial (e-commerce) untuk peningkatan penjualan UMKM Desa Jatisari, dan pemberian pelatihan foto produk yg memanfaatkan teknologi AI. Kemudian para pelaku UMKM diberikan pendampingan untuk membuat perizinan (legalitas) usaha yang mereka miliki.

3) Monitoring dan Evaluasi

Pelaksana mencatat tantangan dan permasalahan yang muncul selama berlangsungnya kegiatan pengabdian. Dengan melakukan pendataan tantangan dan permasalahan yang terjadi, peneliti mencari solusi alternatif yang dapat dilakukan. Kemudian peneliti memantau perkembangan kemampuan peserta pelatihan dalam penerapan *digital economy* untuk pendampingan UMKM Desa Jatisari dan dilanjutkan dengan melakukan evaluasi perkembangan penggunaan teknologi digital (*e-commerce*) dalam pemasaran produk UMKM.

HASIL DAN PEMBAHASAN

Kegiatan pengembangan UMKM berbasis ekonomi digital di Desa Jatisari, Kabupaten Malang, berlangsung dengan partisipasi aktif dari 30 pelaku UMKM yang berasal dari berbagai bidang usaha, seperti makanan olahan, kerajinan tangan, fashion, dan produk pertanian olahan. Program ini dirancang sebagai respons atas kebutuhan mendesak masyarakat desa untuk beradaptasi dengan perubahan lanskap ekonomi, terutama dalam hal pemasaran dan legalitas usaha di era digital.

Sejak awal pelaksanaan, kegiatan diawali dengan pemetaan kebutuhan dan identifikasi permasalahan langsung di lapangan. Tim pelaksana melakukan observasi dan wawancara kepada para pelaku usaha untuk menggali kesenjangan yang mereka hadapi dalam menjalankan usaha. Hasilnya menunjukkan bahwa mayoritas UMKM belum memiliki legalitas formal, tidak memanfaatkan media digital secara optimal, dan belum memahami cara kerja platform e-commerce.



Gambar 1. Kegiatan Koordinasi Awal

Merespons temuan tersebut, tim pengabdian menyusun kurikulum pelatihan yang sesuai dengan konteks lokal, sederhana, dan aplikatif. Kurikulum ini mencakup tiga fokus utama: **edukasi legalitas usaha, pelatihan fotografi produk menggunakan AI tools, dan penggunaan e-commerce untuk pemasaran digital**. Setiap topik dirancang tidak hanya berbasis teori, tetapi juga dengan pendekatan praktik langsung agar peserta dapat memahami dan langsung menerapkan keterampilan yang diajarkan.

a. Edukasi Legalitas Usaha

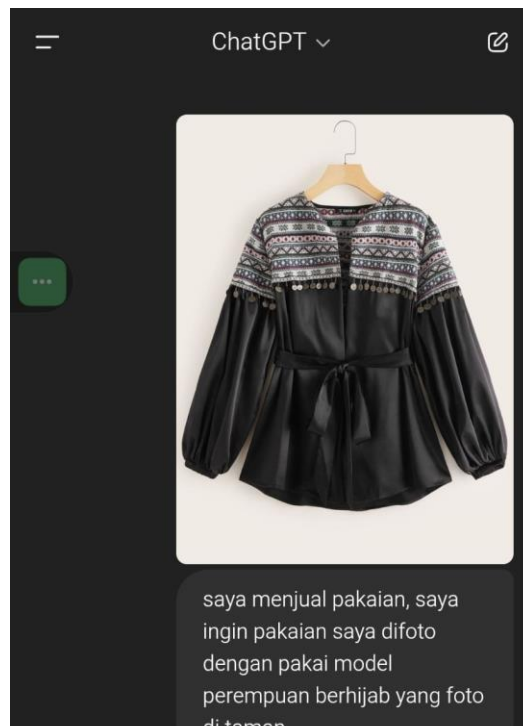
Pada sesi legalitas usaha, peserta diberikan pendampingan untuk mendaftarkan bisnis mereka melalui sistem OSS (Online Single Submission). Hasilnya cukup efektif, sebanyak 18 dari 30 peserta berhasil mendapatkan Nomor Induk Berusaha (NIB). Beberapa di antaranya juga mulai menjajaki pengurusan izin PIRT dan merek dagang.



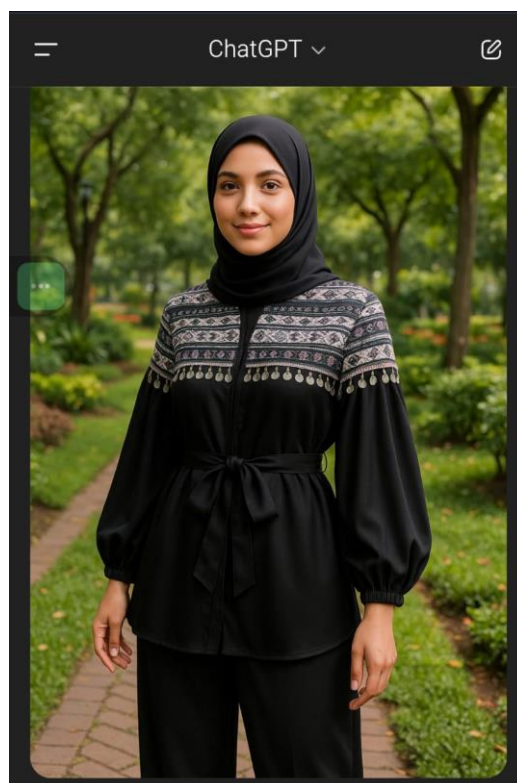
Gambar 2. Pelaksanaan Pelatihan untuk UMKM

b. Pelatihan Fotografi Produk Menggunakan AI Tools

Pelatihan teknik fotografi produk menjadi sesi yang paling diminati. Peserta diajarkan teknik pengambilan gambar yang baik hanya dengan kamera ponsel, kemudian diajak memanfaatkan aplikasi berbasis AI seperti bagaimana cara menyusun *Prompt* pada ChatGPT.ai, Remove.bg, Canva, dan Lightroom Mobile untuk menghasilkan tampilan produk yang lebih menarik (Arsenio, et al., 2024). Banyak peserta mengaku baru kali ini memahami pentingnya foto produk yang menarik untuk meningkatkan minat pembeli. Beberapa bahkan mulai mengunggah hasil foto mereka ke media sosial dan mendapat respons positif dari pelanggan.



Gambar 3. Contoh *Prompt* pada ChatGPT.ai



Gambar 4. Hasil *Generate* dari ChatGPT.ai

c. Penggunaan *e-Commerce* untuk Pemasaran Digital

Sesi praktik pengunggahan produk ke marketplace seperti Tokopedia, Shopee, dan TikTok Shop juga memberikan dampak besar. Sebelumnya, hanya 4 peserta yang memiliki akun di marketplace. Namun setelah pelatihan dan pendampingan, sebanyak 22 peserta berhasil membuat akun, mengunggah produk, dan mulai memahami konsep copywriting sederhana untuk deskripsi produk mereka. Proses ini menjadi tonggak awal bagi UMKM desa untuk masuk ke ranah pemasaran yang lebih luas, tidak lagi terbatas pada penjualan lokal atau dari mulut ke mulut.



Gambar 5. Para Peserta Praktik Mengunggah Produk di *Marketplace*

Selama program berlangsung, peserta tidak hanya diberi pelatihan sekali saja, melainkan juga didampingi melalui sesi mentoring dan diskusi mingguan melalui grup *Whatsapp* yang telah terbentuk. Pendekatan ini memastikan bahwa peserta tidak merasa ditinggal setelah pelatihan, dan tetap mendapat dukungan saat mengalami kesulitan dalam praktik. Melalui sesi ini, para pelaku UMKM diberi ruang untuk bertanya, berbagi kendala, dan saling memberikan inspirasi satu sama lain.

KESIMPULAN

Evaluasi yang dilakukan pada akhir program menunjukkan adanya peningkatan signifikan dalam pemahaman dan keterampilan peserta. Tidak hanya dari sisi teknis, tetapi juga dari sisi kepercayaan diri dalam menghadapi pasar digital. Sebanyak 14 UMKM melaporkan bahwa dalam dua bulan setelah mengikuti pelatihan, mereka mengalami peningkatan jumlah penjualan, dengan kisaran kenaikan antara 10 hingga 40 persen. Beberapa UMKM bahkan mulai mendapatkan pesanan dari luar Kabupaten Malang, sebuah perkembangan yang belum pernah mereka alami sebelumnya.

Selain peningkatan ekonomi, aspek non-material seperti kepercayaan diri, kemampuan berkomunikasi secara digital, dan sikap terbuka terhadap inovasi juga meningkat. Banyak peserta yang sebelumnya enggan menggunakan teknologi, kini mulai aktif bertanya dan bahkan meminta

pelatihan lanjutan seperti strategi digital marketing, pembuatan video pendek, atau pemanfaatan iklan berbayar di media sosial.

Namun demikian, masih terdapat beberapa tantangan yang perlu menjadi perhatian. Beberapa peserta lanjut usia mengalami kesulitan dalam memahami proses digitalisasi, sementara sebagian lainnya menghadapi kendala teknis seperti keterbatasan kuota internet, perangkat yang kurang memadai, atau belum adanya jaringan internet stabil di tempat tinggal mereka. Hal ini menjadi catatan penting untuk penyelenggara kegiatan dan pemangku kebijakan dalam merancang program lanjutan yang lebih inklusif dan berkelanjutan.

Secara umum, kegiatan ini berhasil membentuk fondasi ekosistem UMKM desa yang lebih adaptif terhadap perkembangan zaman. Meskipun masih dalam tahap awal, namun benih-benih perubahan telah terlihat. UMKM yang dulunya pasif dan bersifat tradisional, kini mulai bertransformasi menjadi pelaku usaha yang terbuka terhadap inovasi, memanfaatkan teknologi, dan perlahan-lahan membangun eksistensi digital mereka.

Program ini juga menunjukkan bahwa pendekatan pelatihan yang berbasis praktik langsung dan pendampingan yang bersifat intensif jauh lebih efektif dibanding pelatihan satu arah yang hanya menekankan teori. Keberhasilan ini tidak lepas dari metode yang kontekstual, penggunaan tools yang ramah pengguna, dan suasana pembelajaran yang partisipatif dan suportif.

Ke depan, direkomendasikan agar kegiatan serupa dilakukan secara berkala dan disinergikan dengan pihak-pihak lain seperti kampus, lembaga pembiayaan, dan platform digital. Kolaborasi tersebut diharapkan mampu memberikan akses lebih luas terhadap pembelajaran digital, pendampingan hukum dan bisnis, hingga pengembangan jejaring usaha skala regional maupun nasional.

DAFTAR PUSTAKA

- Arsenio, D., Abdurrahman, Y., Tania, A. L., & Idaman, N. (2024). PERAN DAN PRAKTIK ARTIFICIAL INTELLIGENCE TERHADAP UMKM: SYSTEMATIC LITERATURE REVIEW. *Jurnal Media Informatika*, 6(2), 470-477.
- Bukht, R., & Heeks, R. (2017). Defining, conceptualising and measuring the digital economy. *Development Informatics working paper*, (68).
- Hastuti, P., Nurofik, A., Purnomo, A., Hasibuan, A., Aribowo, H., Faried, A. I., ... & Simarmata, J. (2020). Kewirausahaan dan UMKM.
- Loniza, E., Hartono, R. J., & Chairunnisa, K. (2024). The Application of Digital Marketing as the Development of Online Marketing for UMKM in Tirto Hamlet to Increasing Productivity in the Era of Digital Market Competition. In *SHS Web of Conferences* (Vol. 204, p. 02010). EDP Sciences.
- Mardiana, R., Fahdillah, Y., Kadar, M., Hassandi, I., & Mandasari, R. (2024). Implementasi Transformasi Digital dan Kecerdasan Buatan Sebagai Inovasi Untuk UMKM pada Era Revolusi Industri 4.0. *Jurnal Ilmiah Manajemen dan Kewirausahaan (JUMANAGE)*, 3(1).
- Munizu, M. (2010). Pengaruh faktor-faktor eksternal dan internal terhadap kinerja usaha mikro dan kecil (UMK) di Sulawesi Selatan. *Jurnal manajemen dan kewirausahaan*, 12(1), 33-41.
- Octavian, J., Sa'diyah, L., Ulfa, S. M., & Tiaranie, R. (2024). Empower Jatisari: Pelatihan Digitalisasi Dan Kelengkapan Legalitas UMKM Desa Jatisari Guna Peningkatan Value Usaha Dan Ekonomi Masyarakat Lokal:(Empower Jatisari: Digitalization Training and Legal Completeness of Jatisari Village MSMEs to Increase Business Value and Local Community Economy). *Vivabio: Jurnal Pengabdian Multidisiplin*, 6(3), 194-200.

-
- Rezky, S. F., Hamdani, R., Suherdi, D., Erwansyah, K., Ginting, E. F., & Simangunsong, P. B. N. (2021). Branding UMKM untuk meningkatkan potensi promosi dan penjualan secara mandiri. *Jurnal Pengabdian Masyarakat IPTEK*, 1(1), 39-44.
- Statistik, B. P. (2021). Kecamatan Pakisaji Dalam Angka.
- Susanto, H., & Fuzani, S. D. R. (2024). Pelatihan Pembuatan Sabun Padat Ramah Lingkungan dari Daun Kelor: Meningkatkan Ekonomi dan Produktivitas Wirausaha di Desa Jatisari, Pakisaji Malang. *Madaniya*, 5(3), 1307-1311.
- Timmons, J. A., Spinelli, S., & Tan, Y. (2004). *New venture creation: Entrepreneurship for the 21st century* (Vol. 6). New York: McGraw-Hill/Irwin.
- Yogia, M. A., Wicaksono, A., Wahyudi, S., & Munir, A. (2023). Peran artificial intelligence sebagai pengungkit produktivitas usaha mikro kecil menengah di desa sei simpang dua kecamatan kampar kiri hilir, kabupaten kampar. *Jurnal Pengabdian Kepada Masyarakat Patikala*, 3(2), 891-896.