
Pengembangan Digitalisasi UMKM di Era 5.0

Zilafatul Ainiyah¹, Nur Khamidah², Siti Fatimah³, Amellia Putri Setianingrum⁴

^{1,2,3,4}Fakultas Ekonomi, Universitas Gresik

E-mail: Zilaainiyah01@gmail.com¹, nurkhamidah299@gmail.com², uatimhope@gmail.com³,
amelliaptrs31@gmail.com⁴

Article History:

Received: 10 Juni 2025

Revised: 24 Juni 2025

Accepted: 26 Juni 2025

Keywords: *Perekonomian Nasional, Digitalisasi*

Abstract: *Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah (UMKM) merupakan sektor penting dalam perekonomian Indonesia, yang dijalankan oleh individu, kelompok, maupun badan usaha kecil dan rumah tangga. Peran UMKM semakin strategis seiring dengan meningkatnya kualitas dan kuantitasnya, didukung oleh berbagai program pemerintah untuk memperkuat ketahanan ekonomi nasional. Salah satu upaya pemberdayaan masyarakat yang saat ini dikembangkan adalah digitalisasi UMKM, yang difokuskan pada pemetaan lokasi UMKM melalui Google Maps. Kegiatan ini dilakukan dalam bentuk sosialisasi dan pendampingan, bertujuan untuk meningkatkan visibilitas UMKM agar lebih mudah ditemukan oleh konsumen maupun calon konsumen. Program ini diharapkan mampu mendukung transformasi digital UMKM secara berkelanjutan.*

PENDAHULUAN

Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah (UMKM) merupakan kegiatan ekonomi produktif yang dijalankan oleh individu, kelompok, badan usaha kecil, maupun rumah tangga. Di Indonesia, UMKM memegang peranan strategis sebagai tulang punggung perekonomian nasional, terutama dalam konteks negara berkembang. Kontribusinya tidak hanya mencakup peningkatan kesejahteraan masyarakat, tetapi juga mendorong pertumbuhan ekonomi yang inklusif. Peningkatan kualitas UMKM dari waktu ke waktu tidak terlepas dari dukungan pemerintah yang berfokus pada penguatan kapasitas dan daya saing pelaku usaha.

Memasuki era Revolusi Industri 5.0, UMKM dituntut untuk mampu beradaptasi dengan perkembangan teknologi digital guna mempertahankan eksistensi dan memperluas akses pasar. Namun, hingga kini masih banyak UMKM yang mengalami kendala, seperti keterbatasan akses pasar dan minimnya keterampilan dalam pemanfaatan teknologi digital (Hanim et al., 2021). Padahal, adopsi teknologi seperti e-commerce dan digital marketing diyakini dapat menjadi solusi efektif untuk meningkatkan daya saing dan pendapatan pelaku UMKM (Anugrah, 2020; Wibowo & Darsono, 2022).

Menurut M. Kwartono, UMKM dapat dikategorikan sebagai usaha ekonomi rakyat dengan kekayaan bersih maksimal Rp 200 juta tidak termasuk tanah dan bangunan tempat usaha dan omzet penjualan tahunan tidak melebihi Rp 1 miliar, serta dimiliki oleh Warga Negara Indonesia.

Dalam konteks transformasi digital, digitalisasi UMKM diartikan sebagai integrasi teknologi digital ke dalam proses operasional bisnis, yang mencakup pemasaran, manajemen

usaha, hubungan pelanggan, dan pembelajaran mandiri. Digitalisasi ini memberikan sejumlah manfaat, antara lain perluasan jangkauan pasar domestik dan global, peningkatan pendapatan, serta pemahaman lebih mendalam terhadap perilaku konsumen dan strategi bisnis (Agustina, 2019).

Salah satu wilayah yang potensial untuk pengembangan digitalisasi UMKM adalah Desa Tambakberas di Kecamatan Cerme, Kabupaten Gresik. Desa ini dikenal sebagai kawasan petambak dengan hasil tambak yang diolah menjadi produk kuliner seperti otak-otak bandeng. Selain sektor kuliner, terdapat pula pelaku usaha di bidang toko, warung, dan jasa seperti rental. Namun, sebagian besar pelaku UMKM di desa ini belum mengoptimalkan penggunaan teknologi digital. Hal ini disebabkan oleh keterbatasan literasi digital, anggapan bahwa teknologi itu rumit, serta kekhawatiran terhadap risiko penipuan daring.

Sebagai respons terhadap kondisi tersebut, dilakukan kegiatan pemberdayaan masyarakat yang difokuskan pada pengembangan digitalisasi UMKM. Program ini mencakup kegiatan sosialisasi, pendampingan, serta pemetaan lokasi usaha melalui Google Maps guna meningkatkan visibilitas dan aksesibilitas UMKM oleh konsumen. Strategi pelaksanaannya dilakukan secara dua arah, baik melalui kunjungan langsung ke lokasi usaha maupun melalui pertemuan di balai desa. Untuk mendukung keberlanjutan kegiatan, disusun pula buku ajar sebagai panduan praktis bagi pelaku UMKM.

METODE PENELITIAN

Metode pelaksanaan penelitian dalam bentuk digitalisasi UMKM ini dilaksanakan melalui pendekatan sosialisasi dan pendampingan langsung kepada pelaku UMKM. Kegiatan dilaksanakan secara sistematis dalam tiga tahap utama. Pertama, penyampaian materi oleh narasumber mengenai pentingnya digitalisasi dalam pengembangan usaha mikro, kecil, dan menengah. Kedua, pelaksanaan pendampingan yang dilakukan melalui dua metode, yaitu dengan mengundang pelaku UMKM ke balai desa serta melakukan kunjungan langsung ke lokasi usaha masing-masing pelaku. Ketiga, penyusunan buku ajar berjudul "*Digitalisasi UMKM di Era 5.0*", yang di dalamnya memuat panduan praktis, seperti cara mendaftarkan usaha ke Google Maps.

Tujuan utama dari metode ini adalah untuk memperoleh pemahaman yang kontekstual terhadap kebutuhan lokal serta memberikan solusi yang aplikatif dan sesuai dengan realitas di lapangan. Analisis data dilakukan secara deskriptif berdasarkan hasil observasi dan wawancara dengan peserta kegiatan. Evaluasi difokuskan pada sejauh mana pemahaman peserta terhadap materi serta tingkat implementasi digitalisasi yang berhasil diterapkan dalam usaha mereka.

HASIL DAN PEMBAHASAN

Program ini dilaksanakan secara bertahap mulai tanggal 26 Juni hingga 19 Juli 2024, dengan fokus pada penguatan kapasitas digital pelaku UMKM. Kegiatan utama terbagi dalam dua komponen utama, yakni sosialisasi dan pendampingan teknis.

Sosialisasi dan Tutorial Digitalisasi UMKM

1. Kegiatan dimulai dengan sesi pengenalan konsep digitalisasi UMKM yang disampaikan oleh narasumber.

Materi yang disampaikan mencakup pentingnya transformasi digital sebagai strategi adaptasi di era Revolusi Industri 5.0, termasuk manfaat pemanfaatan platform digital dalam memperluas jangkauan pasar dan memperkuat branding usaha.



Gambar 1. Pemaparan materi digitalisasi UMKM

2. Pendampingan Digitalisasi UMKM

Setelah sesi pemaparan, kegiatan dilanjutkan dengan pendampingan teknis berupa tutorial cara mendaftarkan lokasi usaha ke platform Google Maps. Pendampingan dilakukan menggunakan perangkat telepon genggam agar peserta lebih mudah mempraktikkannya secara langsung. Berikut adalah langkah-langkah yang disampaikan:

- a. Buka aplikasi Google Maps;
- b. Tekan ikon tiga garis mendatar yang terletak di sudut kiri atas layar
- c. Pilih opsi "Tambahkan lokasi" atau "*Add your business*";
- d. Isi formulir yang muncul dengan data usaha secara lengkap, meliputi: nama usaha, alamat, kategori, nomor telepon, alamat email, situs web (jika ada), dan gambar lokasi terkini;
- e. Atur penanda lokasi (*pointer*) agar tepat pada titik lokasi usaha, lalu tekan '*submit*';
- f. Periksa email pada akun Gmail yang digunakan untuk verifikasi data;
- g. Jika data berhasil dikirim dan diterima, pengguna akan menerima notifikasi bahwa permintaan sedang dalam proses peninjauan oleh Google;
- h. Proses verifikasi biasanya memakan waktu beberapa hari hingga lokasi tampil secara publik di Google Maps;
- i. Jika dalam jangka waktu yang lama data belum aktif, peserta disarankan untuk menghubungi pihak Google guna menindaklanjuti status pendaftaran.

Dengan pendampingan ini, pelaku UMKM diharapkan mampu mengimplementasikan langkah-langkah digitalisasi secara mandiri, serta mampu memperluas visibilitas usahanya di platform digital.



Gambar 2. Pendampingan pemasangan titik lokasi pada Google Maps

3. Buku ajar Digitalisasi UMKM

Buku ajar digitalisasi untuk UMKM disusun dengan maksud menjadi rujukan bagi para pelaku usaha kecil dan menengah yang ingin mengubah usahanya dari offline ke pemanfaatan

teknologi digital dalam operasional bisnis mereka. Salah satu topik yang dibahas dalam buku ajar digitalisasi tersebut adalah langkah-langkah untuk membuat penanda di Google Maps.

Survei hasil pendampingan digitalisasi UMKM

Hasil survei ini dilakukan dengan mengunjungi rumah-rumah pelaku UMKM di desa Tambakberas. Hasilnya, pelaku UMKM yang terlibat dalam proses digitalisasi dapat dilihat dalam tabel di bawah ini:

Tabel 1. Kuesioner Kepuasan Masyarakat

No	Pernyataan	Kurang (1)	Cukup (2)	Puas (3)	Sangat Puas (4)
1	Saya merasa puas dengan program pengabdian kepada masyarakat yang telah diadakan			86%	14%
2	Program pengabdian kepada masyarakat yang dilaksanakan sesuai keinginan dan kebutuhan saya			72%	28%
3	Para narasumber atau anggota yang turut serta dalam program pengabdian masyarakat memberikan informasi dan pelayanan dengan sangat baik			72%	28%
4	Narasumber atau anggota yang berpartisipasi menanggapi dengan baik atas keluhan, pertanyaan, atau isu yang saya ajukan			86%	14%
5	Jika program ini diadakan lagi, saya bersedia untuk ikut serta			72%	28%

Berdasarkan hasil survei yang dilakukan terhadap 15 pelaku UMKM di Desa Tambakberas setelah kegiatan pendampingan, mayoritas responden menyatakan puas terhadap pelaksanaan program. Sebanyak 86% peserta menyatakan sangat puas terhadap kegiatan pengabdian masyarakat yang diselenggarakan, serta merasa informasi yang disampaikan relevan dengan kebutuhan mereka. Selain itu, 72% responden menilai bahwa materi yang diberikan sesuai harapan dan mampu memberikan pemahaman baru terkait pentingnya digitalisasi usaha. Pelayanan dan respons narasumber terhadap pertanyaan maupun kendala yang dihadapi selama kegiatan juga mendapatkan apresiasi yang baik dari peserta. Hal ini menunjukkan bahwa pendekatan yang dilakukan dalam kegiatan ini telah berjalan efektif dan diterima dengan baik oleh masyarakat.

KESIMPULAN

Digitalisasi UMKM di Desa Tambak Beras Cerme melalui penggunaan pemasangan titik lokasi pada *Google Maps* telah memberikan dampak yang signifikan terhadap perekonomian dan visibility usaha lokal. Dengan adanya pemasangan titik lokasi di *Google Maps*, para pelaku UMKM dapat dengan mudah ditemukan oleh konsumen, baik dari dalam maupun luar desa. Hal ini memperluas jangkauan pasar dan memudahkan konsumen untuk menemukan produk dan layanan yang mereka butuhkan.

Penggunaan *Google Maps* sebagai alat digitalisasi juga meningkatkan efisiensi operasional UMKM. Informasi mengenai lokasi usaha, jam operasional, dan kontak yang tersedia secara online membantu dalam mempermudah proses transaksi dan komunikasi antara penjual dan pembeli. Hal ini merupakan potensi unggulan Desa Tambakberas yang utama dengan potensi berupa jumlah petambak di Desa Tambakberas yang relatif banyak. Hasil dari tambak nantinya yang akan diolah menjadi kuliner seperti otak-otak bandeng. Selain bergerak di bidang kuliner ada beberapa dalam bidang toko, warung, rental dan lain sebagainya.

Selain itu, penandaan lokasi di Google Maps memberikan keuntungan tambahan dalam hal

analisis data. Pelaku UMKM dapat memanfaatkan fitur analitik untuk memahami pola kunjungan konsumen, waktu-waktu ramai, dan preferensi pasar. Data ini sangat berharga dalam merumuskan strategi pemasaran dan pengembangan produk yang lebih tepat sasaran, serta membantu dalam perencanaan ekspansi usaha.

Secara keseluruhan, integrasi teknologi digital seperti pemasangan titik lokasi pada *Google Maps* telah membuka peluang baru bagi UMKM di Desa Tambakberas Cerme untuk tumbuh bersaing. Digitalisasi ini tidak hanya meningkatkan aksesibilitas dan visibilitas usaha, tetapi juga memberikan analitik yang penting untuk pertumbuhan bisnis. Dengan memanfaatkan teknologi digital, UMKM di desa ini dapat meningkatkan daya saing mereka dan berkontribusi lebih besar terhadap perekonomian lokal.

Selain itu, pendekatan partisipatif dalam kegiatan sosialisasi dan pendampingan turut berkontribusi dalam meningkatkan pemahaman dan keterampilan pelaku UMKM dalam memanfaatkan teknologi secara mandiri.

Sebagai saran, kegiatan digitalisasi UMKM hendaknya tidak hanya berhenti pada pemetaan lokasi, tetapi juga dilanjutkan dengan pelatihan lanjutan seperti pengelolaan media sosial, e-commerce, serta pemanfaatan platform digital lainnya yang mendukung pemasaran produk secara online. Pemerintah daerah, perguruan tinggi, dan pihak swasta diharapkan dapat bersinergi untuk memberikan dukungan berkelanjutan melalui program pelatihan, pendampingan, serta fasilitasi infrastruktur digital. Dengan demikian, transformasi digital UMKM dapat terus berkembang secara inklusif dan merata di berbagai daerah.

DAFTAR REFERENSI

- Andi, L. T., & Ruliana, P. (2002). Pemasaran Online Dalam Meningkatkan Daya Tahan dan Volume Penjualan Di Era Pandemi Covid 19. *Ganaya : Jurnal Ilmu Sosial Dan Humaniora*, 5 (1), 33-44.
- Arrizal, N. Z. (2020). Pemberdayaan Ekonomi Kreatif dan UMKM di Masa Pandemi Melalui Digitalisasi. *Jurnal Pemerintahan, Pembangunan, dan Inovasi Daerah*, Vol.2, No.1, 39-48.
- Bakhri, S., & Futiah, V. (2020). Pendampingan dan pengembangan manajemen pemasaran produk UMKM melalui teknologi digital di masa pandemi Covid-19. *Jurnal Loyalitas Sosial*, 2(2).
- Kamil, I., Bakri, A. A., Salingkat, S., Ardenny, A., Tahirs, J. P., & Alfiana, A. (2022). Pendampingan UMKM melalui Pemanfaatan Digital Marketing pada Platform ECommerce. *Amalee: Indonesian Journal of Community Research and Engagement*, 3(2), 517-526.
- Kurniawan, K. (2022). Pendampingan Pemasaran dan Optimalisasi Pasar Melalui E-Commerce bagi UKM Kabupaten Purbalingga. *CARADDE: Jurnal Pengabdian Kepada Masyarakat*, 5(1), 105-113.
- Lianardo, S., Sartika, K. D., Prasetyawati, Y. R., & Cahyadi, R. A. (2022). Pendampingan Digital Marketing Untuk Pemberdayaan UMKM. *Journal of Servite*, 4(2), 104-111.
- Pematangsiantar, C., Era, D. I., Amani, Z. R., Putri, D., Harahap, A., & Syahandini, S. (2023). *Pendampingan Pemasaran Umkm Toko Arumi Shop*. 3, 159-165.
- Prayogi, A., & Kirom, M. I. (2022). Pendampingan Pengembangan Digitalisasi Umkm Masyarakat Desa Wonoyoso Pekalongan Menghadapi Era New Normal. *Jurnal Pengabdian Pendidikan Masyarakat (JPPM)*, 3(1), 14-24. <https://doi.org/10.52060/jppm.v3i1.652>.
- Sasongko, D., Putri, I. R., Alfiani, V. N., Qiranti, S. D., Sari, R. S., & Allafa, P. E. (2020). Digital Marketing Sebagai Strategi Pemasaran UMKM Makaroni Bajak Laut Kabupaten Temanggung. *Jurnal Ilmiah Pangabdhi*, 6(2), 92-96.49.
- Sudaryanto, S., Sajati, H., Kusumaningrum, A., Nugraheny, D., Aryanto, S., & Wintolo, H. (2020).

- Pendampingan Pemasaran Produk Menggunakan Instagram Bagi Pelaku Usaha Mikro Kecil Menengah (UMKM) Di Kecamatan Pathuk Gunung Kidul.
- Utami, B., Hidayat, M. S., & Setyariningih, E. (2023). Pendampingan Pada UMKM Sepatu Dan Sandal Wanita “Berbie” Mojokerrto. *Swarna: Jurnal Pengabdian Kepada Masyarakat*, 2(1), 43-49.
- Wisswani, N. W. (2017, Februari). Prototype Teknologi Rantai Informasi Berbasis Web Bagi UMKM. *Matrix: Jurnal Manajemen Teknologi dan Informatika*, v. 6, n. 1, 42-46.