



## **TRANSFORMASI DIGITALISASI UMKM DALAM MENINGKATKAN DAYA SAING DI ERA DIGITAL DI KELURAHAN JAGABAYA 1 KECAMATAN WAY HALIM BANDAR LAMPUNG**

### ***DIGITALIZATION TRANSFORMATION OF MSMEs IN IMPROVING COMPETITIVENESS IN THE DIGITAL ERA IN JAGABAYA 1 VILLAGE, WAY HALIM DISTRICT, BANDAR LAMPUNG***

**Icha Enjel Lika<sup>1</sup>, Fitri Delia Nur Imani<sup>2</sup>, Rio Surya Pratama<sup>3</sup>, Ghina Ulfah Saefurrohman<sup>4</sup>**

UIN Raden Intan Lampung

Email: [ichaenjellika@gmail.com](mailto:ichaenjellika@gmail.com)<sup>1</sup>, [fitrideliauin07@gmail.com](mailto:fitrideliauin07@gmail.com)<sup>2</sup>, [riosurya116@gmail.com](mailto:riosurya116@gmail.com)<sup>3</sup>,  
[ghinaulfah@gmail.com](mailto:ghinaulfah@gmail.com)<sup>4</sup>

#### **Article Info**

##### Article history :

Received : 15-08-2025

Revised : 17-08-2025

Accepted : 19-08-2025

Published : 21-08-2025

#### **Abstract**

*Digital transformation has become a key factor in enhancing the competitiveness of Micro, Small, and Medium Enterprises (MSMEs) in today's digital era. This community service activity examines the role of digitalization in improving operational efficiency, expanding market reach, and strengthening the position of MSMEs in Jagabaya 1 Village, Way Halim District, Bandar Lampung. The study also highlights the challenges faced by MSME actors, including limited digital literacy and infrastructure support. The implementation methods include in-depth interviews with neighborhood association leaders, neighborhood heads, and MSME actors, as well as observations and documentation. The results show that many MSMEs have not yet adopted digitalization in sales and payment systems, and they require assistance, monitoring, and support in capital and technology. This study serves as a concern for the government in efforts to advance and digitalize MSMEs in Bandar Lampung.*

**Keywords: MSMEs, Digital Transformation, Digital Literacy**

#### **Abstrak**

Transformasi digital menjadi salah satu kunci penting dalam meningkatkan daya saing Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah (UMKM) di era digital saat ini. Kegiatan Pengabdian masyarakat ini mengkaji peran digitalisasi dalam meningkatkan efisiensi operasional, memperluas jangkauan pasar, dan memperkuat posisi UMKM di Kelurahan Jagabaya 1, Kecamatan Way Halim, Bandar Lampung. Studi ini juga menyoroti tantangan yang dihadapi oleh pelaku UMKM, termasuk keterbatasan literasi digital dan dukungan infrastruktur. Metode pelaksanaan meliputi wawancara mendalam dengan ketua LK, RT, dan pelaku usaha UMKM, melakukan observasi, dan dokumentasi. Hasil Kegiatan menunjukkan bahwa banyak UMKM yang belum mengadopsi digitalisasi dalam penjualan dan pembayaran, serta membutuhkan pendampingan, monitoring, dan bantuan modal serta teknologi. Penelitian ini dapat menjadi perhatian bagi pemerintah dalam upaya memajukan dan mendigitalisasi UMKM di Bandar Lampung.

**Kata Kunci: UMKM, Transformasi Digital, Literasi Digital**

#### **PENDAHULUAN**

Era digital yang terus berkembang pesat, transformasi digitalisasi menjadi salah satu kunci penting dalam meningkatkan daya saing Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah (UMKM). Di Kelurahan Jagabaya 1, Kecamatan Way Halim, Bandar Lampung, UMKM memiliki potensi besar sebagai tulang punggung perekonomian lokal. Namun, fakta menunjukkan bahwa masih banyak



UMKM di wilayah ini yang belum mengadopsi teknologi digital secara optimal. Data nasional menyebutkan bahwa meskipun Indonesia memiliki sekitar 64 juta UMKM, baru sekitar 26% yang terintegrasi dengan platform digital, termasuk dalam pemasaran dan pengelolaan usaha. Hal ini memunculkan isu kritis terkait keterbatasan literasi digital dan kurangnya modal teknologi yang belum merata, semuanya menjadi penghambat utama dalam proses digitalisasi UMKM di Kelurahan Jagabaya 1.

Urgensi digitalisasi UMKM di wilayah ini semakin diperkuat oleh perubahan perilaku konsumen yang semakin mengarah pada transaksi daring, serta tuntutan persaingan pasar yang kian kompetitif dalam era ekonomi digital. Dengan demikian, kegiatan pengabdian kepada masyarakat yang dilakukan oleh peserta Kuliah Kerja Nyata (KKN) menjadi sangat relevan sebagai upaya konkret untuk mendorong dan memfasilitasi transformasi digital UMKM di Kelurahan Jagabaya 1. Melalui kegiatan ini, diharapkan pelaku usaha dapat memahami, mengadopsi, dan memanfaatkan teknologi digital secara efektif, sehingga dapat meningkatkan produktivitas, efisiensi operasional, dan memperluas akses pasar mereka.

Berbagai upaya digitalisasi UMKM sudah pernah dilakukan oleh pemerintah dan organisasi terkait, seperti pelatihan literasi digital, penyediaan platform digital untuk pemasaran, dan program pendampingan penggunaan aplikasi teknologi. Namun, masih diperlukan inovasi yang menyesuaikan karakteristik dan kebutuhan UMKM lokal di Jagabaya 1 agar digitalisasi dapat terlaksana lebih optimal dan berkelanjutan. Inovasi yang direncanakan dalam pengabdian ini meliputi pelatihan penggunaan aplikasi pemasaran digital berbasis mobile, penyuluhan tentang keamanan transaksi digital, serta pendampingan dalam pengelolaan keuangan digital yang sesuai dengan kondisi UMKM setempat (Damayanti et al., 2025) (Ramadhani, 2024).

Tujuan utama kegiatan pengabdian kepada masyarakat ini adalah membantu UMKM di Kelurahan Jagabaya 1 untuk melakukan transformasi digital sehingga mampu meningkatkan daya saing di pasar yang semakin digital dan membuka peluang pengembangan usaha yang lebih luas. Selain itu, kegiatan ini juga bertujuan memberikan pemahaman menyeluruh tentang manfaat digitalisasi, meningkatkan literasi digital para pelaku UMKM, serta menciptakan ekosistem bisnis yang adaptif terhadap perkembangan teknologi digital di tingkat lokal.

UMKM di Kelurahan Jagabaya 1 menghadapi sejumlah masalah dan tantangan utama yang menghambat kemampuan mereka untuk berdaya saing dalam era digital seperti Keterampilan digital, Banyak pelaku UMKM belum menguasai penggunaan teknologi digital dan platform pemasaran online, sehingga potensi pasar digital belum optimal dimanfaatkan. Keterbatasan pendanaan, Adanya persaingan usaha yang semakin ketat, dan Kurangnya pendampingan serta dukungan teknis untuk pelaku usaha UMKM.

Kegiatan Pengabdian masyarakat yang dilakukan oleh peserta KKN berfokus pada upaya mengatasi masalah-masalah tersebut untuk menghasilkan hasil yang terukur dalam bentuk: (1) Peningkatan kapasitas digital UMKM: Melaksanakan pelatihan dan pendampingan praktis mengenai penggunaan media sosial, aplikasi e-commerce, dan transaksi digital untuk meningkatkan kemampuan pelaku UMKM. (2) Pembentukan dan optimalisasi akun bisnis digital: Membantu pelaku UMKM di Kelurahan Jagabaya 1 aktif menggunakan platform digital seperti WhatsApp Business, Instagram, dan marketplace (Tokopedia, Shopee, Gojek, GoShop, GoFood,dll).(3)Peningkatan daya saing dan volume penjualan UMKM: Membantu perluasan



jangkauan pasar dan cara melakukan promosi di media sosial dengan pembuatan konten yang menarik.

## **METODE KEGIATAN**

Penelitian ini menggunakan metode kombinasi antara Pendidikan disertai pelatihan dan teknologi tepat guna sebagai pendekatan utama untuk mengatasi masalah dan tantangan digitalisasi UMKM.

Pendidikan disertai dengan pelatihan yang diberikan kepada pelaku UMKM di Jagabaya 1 untuk meningkatkan pemahaman dan literasi digital, meliputi penggunaan aplikasi pemasaran digital, manajemen keuangan digital, serta edukasi keamanan transaksi online. Pelatihan ini dilengkapi dengan praktik langsung supaya pelaku usaha UMKM di jagabaya 1 paham cara pembuatan dan penggunaannya.

Teknologi tepat guna dengan memperkenalkan dan mengadaptasi teknologi digital yang sederhana, efisien, dan sesuai karakteristik UMKM lokal, seperti aplikasi GoFood, Shopee, GoShop, platform marketplace, dan media sosial sebagai media promosi.

Teknik pengumpulan data yang dilakukan menggunakan beberapa kombinasi berupa wawancara, Observasi, dan Dokumentasi. Dari kombinasi tersebut didapatkan hasil berupa: (1) Wawancara: Dilakukan dengan Ketua LK dan RT di Jagabaya 1 untuk menggali informasi mengenai seberapa banyak umkm yang berada di Jagabaya 1 dan menggali informasi mengenai Tingkat literasi digital, mengetahui apakah umkm di Jagabaya 1 sudah mengadopsi teknologi baik dalam sistem pemasaran, promosi, dan pembayaran. (2) Observasi: Pengamatan langsung Jumlah UMKM yang ada di Jagabaya 1 dan melihat apakah UMKM tersebut sudah menerapkan digitalisasi baik pemasaran, promosi, dan pembayaran. (3) Dokumentasi: Pengumpulan data sekunder berupa laporan kegiatan dan dokumen terkait program digitalisasi yang pernah atau sedang berjalan di Jagabaya 1.

Data yang digunakan berupa pendekatan kualitatif yang didapat dari hasil wawancara, observasi, dan dokumentasi dianalisis secara tematik untuk mengidentifikasi pola, kendala, serta aspirasi pelaku UMKM terkait digitalisasi. Penelitian ini juga terdapat penggunaan triangulasi data untuk Menggabungkan berbagai sumber data (wawancara, observasi, dokumen) untuk memastikan validitas dan keakuratan temuan penelitian.

Penelitian dan kegiatan Pengabdian kepada Masyarakat dilaksanakan di Kelurahan Jagabaya 1, Kecamatan Way Halim, Bandar Lampung. Kegiatan penelitian dilakukan dalam rentang waktu 1 minggu dimulai dari tanggal 15 Juli 2025 dengan Masing-masing kegiatan berupa Wawancara, Observasi, dan Dokumentasi dilakukan selama 1-2 hari untuk setiap sesi, dengan sesi lanjutan untuk evaluasi dan pemantauan pelaksanaan digitalisasi UMKM.

## **HASIL DAN PEMBAHASAN**

Program pengabdian kepada masyarakat ini dilaksanakan di Kelurahan Jagabaya 1, Kecamatan Way Halim, Bandar Lampung, dengan sasaran kegiatan ini adalah peningkatan kualitas sumber daya manusia melalui pelaksanaan monitoring bagi UMKM di Kelurahan Jagabaya 1 berupa transformasi digitalisasian UMKM.



Kegiatan pengabdian masyarakat ini berfokus pada transformasi digitalisasi UMKM sebagai solusi utama untuk meningkatkan daya saing di Kelurahan Jagabaya 1, Kecamatan Way Halim, Bandar Lampung. Solusi yang diberikan berupa pelatihan dan pendampingan penggunaan teknologi digital, seperti pemanfaatan platform pemasaran online dan media sosial dalam operasional usaha, sistem penjualan, serta pembayaran digital.

Ada sekitar 90% pelaku usaha UMKM yang sudah mengadopsi sistem pembayaran digital berupa QRIS namun banyak yang belum mengadopsi sistem pemasaran secara digital. Banyak UMKM yang belum tau cara untuk melakukan promosi melalui media sosial baik itu Instagram, facebook, tiktok, dan lain sebagainya. Sisa 10% lainnya belum mengadopsi sistem digital untuk usaha UMKM-nya, karena kurang pemahaman mengenai cara penggunaan smartphone, kurang mengerti sistem yang harus dilakukan, dan kurangnya edukasi mengenai manfaat sistem digitalisasi UMKM.

Para pemilik UMKM seringkali mengabaikan pentingnya pemasaran dan pembayaran menggunakan sistem digital, padahal di era sekarang yang semuanya serba menggunakan berbagai fitur digital membuat daya saing usaha mereka bukan hanya jenis usaha dan brand tetapi juga dari sistem pemasaran (Paramita & Rahayu, 2024). Sekarang, banyak para pelaku usaha UMKM yang melakukan promosi menggunakan media online baik itu Instagram, facebook, tiktok, dan aplikasi digital lainnya.

Pelaku UMKM harus segera beradaptasi dengan melakukan digitalisasi UMKM, karena era pandemi seperti sekarang masyarakat mulai terbiasa hingga nyaman dengan transaksi yang dilakukan secara digital. Digitalisasi UMKM tentu bukan hanya sekedar pemasaran online saja tetapi lebih jauh berupa penggunaan teknologi untuk berinteraksi, melakukan pembayaran, dan melakukan pencatatan keuangan. Digitalisasi ini merupakan langkah yang tepat untuk mengkoneksikan bisnisnya ke dunia digital agar bisa mengoptimalkan proses promosi yang pada akhirnya nanti akan berdampak baik pada perkembangan usahanya (Prayogi & Kirom, 2022).

Pemanfaatan teknologi digital, tidak hanya menawarkan peluang dan keuntungan besar bagi penggunanya. Hal tersebut juga memberikan tantangan pada semua bidang kehidupan untuk meningkatkan kualitas dan efisiensi, termasuk komunikasi pemasaran. Kesadaran individu akan keberadaan teknologi menjadi penting dalam proses penyebaran inovasi di bidang ini. Seluruh aktivitas ekonomi, termasuk pelaku UMKM dapat berinteraksi dan bertransaksi tanpa batas ruang dan waktu (Handini & Choiriyati, n.d.).

Ada begitu banyak pelaku usaha UMKM di Jagabaya 1 yang ternyata masih belum paham manfaat dan dampak yang diperoleh dari pemasaran melalui media online atau digital marketing. Pelaku UMKM di sana cenderung melakukan transaksi baik itu jual, beli, dan promosi hanya melalui Whatsapp saja. Padahal sekarang sudah banyak aplikasi marketplace yang mempermudah mereka seperti, GoJek, GoFood, GoShop, Shopee, Tokopedia, dll. Ada berbagai media sosial yang akan lebih memperluas jangkauan pasar mereka seperti, Instagram, Facebook, Tiktok, Twitter, dll. Banyak juga yang belum mengadopsi sistem pemasaran digital dikarenakan mereka takut terjadi penipuan, dan kemungkinan gangguan jaringan yang akan menyulitkan proses jual dan beli yang dilakukan.



Selain banyaknya pelaku UMKM yang belum paham akan manfaat pemasaran digital, banyak juga para pelaku UMKM di Jagabaya 1 yang usianya sudah tua sehingga mereka tidak paham tentang sistem pemasaran dan pembayaran yang ada di Zaman sekarang. Usia mereka yang sudah lanjut juga menjadi kendala dalam melakukan penmdigitalisasian usaha yang mereka punya karena mereka kurang paham cara menggunakan smartphone. Selain itu, tidak ada orang yang membantu memonitoring dan mendaftarkan mereka ke akun-akun marketplace yang ada, kurangnya pengawasan dari orang terdekat yang paham akan media online juga membuat mereka enggan menggunakan sistem pemasaran digital.

Dari berbagai kekurangan yang terjadi, masih ada begitu banyak pelaku UMKM di Jagabaya 1 yang sudah mengadopsi sistem pemasaran digital. Menurut mereka sistem pemasaran digital ini lebih mempermudah mereka dalam melakukan berbagai transaksi. Mereka juga lebih mudah mempromosikan usaha mereka dan mendapatkan banyak pelanggan. Mereka juga mengadopsi sistem pembayaran digital dengan menggunakan QRIS, karena menurut mereka lebih mempermudah dalam melakukan pencatatan pemasukan. Adanya sistem pemasaran digital juga mempermudah mereka dalam memberikan Lokasi usaha mereka yang sudah terdeteksi di Google Maps.

Dari berbagai masalah yang terjadi maka kegiatan ini di lakukan untuk mengedukasi mereka dengan beberapa tahapan kegiatan yang di lakukan berupa: Kegiatan pertama, yaitu wawancara dan observasi yang dilakukan bersama ketua LK dan RT di Jagabaya 1 diketahui bahwa ada sekitar 90% pelaku usaha UMKM yang sudah mengadopsi sistem pembayaran digital berupa QRIS namun banyak yang belum mengadopsi sistem pemasaran secara digital. Banyak UMKM yang belum tau cara untuk melakukan promosi melalui media sosial baik itu Instagram, facebook, tiktok, dan lain sebagainya. Sisa 10% lainnya belum mengadopsi sistem digital untuk usaha UMKM-nya, karena kurang pemahaman mengenai cara penggunaan smartphone, kurang mengerti sistem yang harus dilakukan, dan kurangnya edukasi mengenai manfaat sistem digitalisasi UMKM.

Masih banyak pelaku UMKM yang belum mendigitalisasi UMKM-nya baik itu dari sistem pemasaran maupun sistem pembayarannya. Masih banyak UMKM di Jagabaya 1 yang belum mendaftarkan tempat usahanya ke Maps, banyak yang belum menggunakan QRIS sebagai sistem pembayaran digital sehingga menyulitkan pelanggan saat tidak membawa uang cash, banyak juga yang belum menggunakan aplikasi marketplace seperti GoJek, GoFood, Shopee, dan aplikasi lainnya.



Gambar 1. Wawancara Bersama Ketua LK dan RT



Kegiatan kedua, dimulai dengan memberikan edukasi kepada para pelaku UMKM mengenai pentingnya mengadopsi sistem digital untuk UMKM dan mendata UMKM yang belum mendigitalisasi usaha mereka. Kegiatan dilakukan dengan pemberian monitoring cara mendaftarkan UMKM ke marketplace yang sesuai dengan jenis usaha mereka, memberi tahu cara melakukan promosi melalui media sosial dan pembuatan konten menarik, dan mengedukasi cara mendaftar dan menggunakan sistem pembayaran digital berupa QRIS.



Gambar 2. Mengedukasi dan Memonitoring Pelaku Usaha UMKM

Kegiatan ketiga, melakukan praktik langsung mendaftarkan usaha UMKM ke berbagai marketplace yang cocok dengan jenis usaha UMKM, memberitahu cara mendaftar QRIS untuk sistem pembayaran digital, dan melakukan praktik langsung cara membuat konten yang menarik untuk para pelaku UMKM agar menarik minat pelanggan, dan melakukan pendaftaran ke google maps untuk mempermudah pelanggan dalam menjangkau tempat usaha UMKM.



Gambar 3. Mendaftarkan usaha UMKM ke Shopee

Kegiatan ini memiliki berbagai kesulitan yang terjadi seperti, adanya pemilik usaha UMKM yang berjualan secara keliling sehingga menyulitkan kami dalam mendaftarkan mereka ke Google Maps, banyak juga yang belum mau melakukan digitalisasi UMKM karena takut tidak bisa



menggunakannya secara berkelanjutan, dan sulitnya pelanggan dalam menjangkau tempat usaha dikarenakan tempat usaha berada di gang-gang sempit.

Hasil yang diharapkan dari kegiatan ini adalah peningkatan efisiensi operasional UMKM melalui digitalisasi proses bisnis, perluasan jangkauan pasar baik secara lokal maupun global dengan memanfaatkan teknologi digital, serta penguatan posisi UMKM di pasar melalui inovasi dan adaptasi digital. Secara langsung, masyarakat pelaku UMKM memperoleh dukungan dalam menguasai teknologi digital dan modal usaha, sementara secara tidak langsung masyarakat sekitar mendapatkan manfaat dari produk dan jasa UMKM yang menjadi lebih modern dan mudah diakses.

Sambutan yang ramah dari para ketua LK dan RT saat proses wawancara berlangsung, serta antusiasme para pemilik usaha UMKM dalam menanggapi setiap kegiatan yang diberikan berupa digitalisasi UMKM. Sebelum adanya kegiatan ini mereka hanya menggunakan smartphone mereka untuk hiburan saja, tetapi setelah kegiatan ini berlangsung banyak Masyarakat, terutama para pemilik usaha UMKM yang sudah mulai memanfaatkan smartphone yang mereka punya untuk melakukan penjualan, promosi, dan pembayaran secara digital. Mereka sudah memahami cara penggunaan dan fungsi dari pemasaran digital yang ada di era sekarang. Setelah kegiatan sosialisasi ini diharapkan kedepannya banyak para pemilik usaha UMKM lain di Jagabaya 1 yang lebih aware dan termotivasi dalam menggunakan sistem pemasaran digital (Digital Marketing).

## **KESIMPULAN**

Kegiatan pengabdian masyarakat ini telah berhasil mendorong transformasi digital UMKM di Kelurahan Jagabaya 1 dengan berbagai pelatihan dan pendampingan teknologi digital. Target kegiatan di lapangan menunjukkan kemajuan yang signifikan dalam peningkatan kapasitas digital UMKM, terutama dalam penggunaan platform pemasaran digital dan sistem pembayaran digital seperti QRIS. Metode yang diterapkan terbukti tepat dalam mengatasi kendala yang dihadapi oleh pelaku UMKM, berupa pelatihan penggunaan aplikasi pemasaran digital, pendampingan pendaftaran ke marketplace, dan edukasi keamanan transaksi digital. Dampak kegiatan mencakup peningkatan daya saing UMKM melalui pemanfaatan teknologi digital yang memberikan efisiensi operasional dan perluasan akses pasar, sekaligus meningkatkan literasi digital para pelaku usaha. Untuk kegiatan pengabdian kepada masyarakat selanjutnya, disarankan untuk mengembangkan program pendampingan yang lebih berkelanjutan, memperluas jangkauan peserta, serta memasukkan aspek monitoring dan evaluasi penggunaan teknologi digital dalam operasional UMKM secara rutin.

## **REFERENSI**

- Damayanti, D., Roni, M., & Subagja, G. (2025). Pengembangan Kinerja UMKM Melalui Inklusi Keuangan, Orientasi Pasar, dan Inovasi Digital di Bandar Lampung. *Jurnal Ekobis Dewantara*, 8(2), 1260-1272. <https://doi.org/10.33379/ekobis.v8i2.4468>
- Ramadhani, M. A. (2024). Pengembangan Digitalisasi Pemasaran UMKM Pada Kelompok Pengolah dan Pemasar Ikan Waluya Kota Bandar Lampung. *I-Com: Indonesian Community Journal*, 4(2), 1016-1028. <https://doi.org/10.33379/icom.v4i2.4678>
- Caroline, T. M. A., & Murtiningsih, D (2024). Digitalisasi UMKM. *Jurnal Kreativitas Pengabdian Kepada Masyarakat (PKM)*. 7(3), 1387-1400. <https://doi.org/10.33024/jkpm.v7i3.13861>



- 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.
- Handini, V. A., & Choiriyati, W. (2025), Digitalisasi UMKM Sebagai Hasil Inovasi Dalam Komunikasi Pemasaran Sahabat UMKM Selama Pandemi Covid-19. *Jurnal Riset Komunikasi*. 17(1), 150-167.