



Transformasi Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah (UMKM) Di Nagari Kampung Tanjung Koto Mambang Sungai Durian Menuju Era Digital

Micro, Small, and Medium Enterprises (MSME) Transformation in Nagari Kampung Tanjung Koto Mambang Sungai Durian Toward the Digital Era

Malta Nelisa¹, Cici Amelia², Fariska Ananta Gusti³, Reva Azzahra Fadhilla⁴,
Ghina Rahdatul Fauziah⁵, Aldev Alfika⁶

Universitas Negeri Padang

Email: maltanelisa@lecturer.unp.ac.id¹, ciciamelia604@gmail.com², farisakaananta6@gmail.com³,
revazzahraa3@gmail.com⁴, ghinaalagi@gmail.com⁵, aldevackerman12@gmail.com⁶

Article Info

Article history :

Received : 02-01-2026

Revised : 04-01-2026

Accepted : 06-01-2026

Published : 08-01-2026

Abstract

The Community Service Program (KKN) in Tanjung Koto Mambang Sungai Durian Village (KKS) focuses on the transformation of MSMEs towards the digital era, with an emphasis on socialization and direct practice of using digital media as a marketing tool. This program aims to assist local businesses in adapting to technological advancements, particularly in expanding their product reach through digital platforms. Through mentoring, training, and promotional activities, the community is encouraged to understand the importance of digitalization as a strategy to enhance business competitiveness. The implementation of the program has demonstrated an increase in awareness and interest among SME operators in applying digital technology to support the sustainability of their businesses.

Keywords : MSMEs, Digitalization, Marketing

Abstrak

Kuliah Kerja Nyata (KKN) di Kampung Tanjung Koto Mambang Sungai Durian (KKS) tema transformasi UMKM menuju era digital dengan menitikberatkan pada sosialisasi dan praktik langsung penggunaan media digital sebagai sarana pemasaran. Program ini bertujuan untuk membantu pelaku usaha lokal beradaptasi dengan perkembangan teknologi, terutama dalam memasarkan produk secara lebih luas melalui platform digital. Melalui kegiatan pendampingan, pelatihan, dan promosi, masyarakat diajak untuk memahami pentingnya digitalisasi sebagai strategi meningkatkan daya saing usaha. Pelaksanaan program menunjukkan adanya peningkatan kesadaran serta minat pelaku UMKM dalam mengaplikasikan teknologi digital untuk mendukung keberlanjutan bisnis mereka.

Kata Kunci: UMKM, Digitalisasi, Pemasaran

PENDAHULUAN

Perkembangan teknologi digital yang semakin pesat telah membawa perubahan signifikan dalam berbagai aspek kehidupan, termasuk dalam sektor usaha. Aktivitas jual beli kini tidak lagi terbatas pada toko fisik, melainkan telah berkembang melalui platform digital seperti marketplace, media sosial, dan layanan komunikasi berbasis aplikasi. Perubahan ini membuka peluang besar bagi para pelaku usaha untuk menjangkau pasar yang lebih luas secara lebih cepat dan efisien. Jayanti dan Karnowati (2023) menegaskan bahwa digitalisasi Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah



(UMKM) merupakan bentuk adaptasi pelaku usaha terhadap perkembangan era industri 4.0, di mana kegiatan pemasaran dan penjualan mulai beralih dari cara konvensional menuju sistem berbasis digital guna menjaga keberlanjutan usaha.

Digitalisasi menjadi konsep penting yang perlu dipahami oleh pelaku usaha. Menurut Westerman et al. (dalam Hutagaol et al., 2024), digitalisasi merupakan pemanfaatan teknologi digital untuk mengubah operasi bisnis sehingga menjadi lebih efisien, efektif, dan responsif terhadap perubahan pasar. Penerapan digitalisasi dalam kegiatan usaha memungkinkan pelaku UMKM untuk mengoptimalkan proses bisnis, meningkatkan kualitas layanan, serta menyesuaikan strategi usaha dengan dinamika kebutuhan konsumen yang terus berkembang. Namun, kemampuan pelaku usaha dalam mengadopsi teknologi digital tersebut belum merata, terutama bagi UMKM yang berada di wilayah pedesaan. Banyak di antaranya yang masih menjalankan usaha secara konvensional karena keterbatasan akses terhadap teknologi, minimnya infrastruktur digital, serta belum adanya pendampingan dalam memanfaatkan platform digital. Padahal, UMKM memiliki peran penting dalam struktur perekonomian Indonesia. Berdasarkan data Kementerian Koperasi dan UKM (2024), hingga akhir Desember 2024 terdapat lebih dari 30,18 juta UMKM yang tercatat secara resmi, dan jumlah ini belum mencakup pelaku usaha di sektor pertanian serta sektor informal lainnya.

Melihat kondisi tersebut, kelompok Kuliah Kerja Nyata (KKN) Universitas Negeri Padang yang bertugas di Nagari Kampung Tanjung Koto Mambang Sungai Durian (KKS), mengangkat tema “UMKM Tangguh, Desa Maju: Strategi Digitalisasi Bisnis Lokal” sebagai fokus kegiatan. Program ini bertujuan untuk membantu pelaku usaha setempat agar mulai mengenal dan memanfaatkan teknologi digital dalam pengelolaan usaha mereka. Kegiatan yang dilakukan meliputi survei lapangan, pendampingan pembuatan akun WhatsApp Business dan pemetaan lokasi usaha melalui Google Maps, serta pelatihan pembuatan konten promosi dalam bentuk foto dan video produk.

Melalui rangkaian kegiatan ini, diharapkan pelaku usaha di Nagari KKS dapat lebih percaya diri untuk beradaptasi dengan perkembangan teknologi digital, sehingga mampu memperluas jangkauan pasar dan meningkatkan daya saing usaha. Transformasi digital bukan hanya peluang bagi pelaku usaha di kota besar, tetapi juga menjadi kunci bagi kemajuan desa-desa di Indonesia.

METODE PENELITIAN

Penulisan artikel ini menggunakan pendekatan kualitatif. Bogdan dan Taylor dalam Moleong menyatakan bahwa metodologi penelitian kualitatif merupakan penelitian yang menghasilkan data deskriptif, baik berupa kata-kata lisan maupun tertulis dari orang-orang atau perilaku yang diamati (Safarudin, Kustati, dan Sepriyanti, 2023). Untuk menjelaskan proses kegiatan pendampingan digitalisasi UMKM yang dilakukan oleh kelompok Kuliah Kerja Nyata (KKN) Universitas Negeri Padang di Nagari KKS, Kabupaten Padang Pariaman. Pendekatan ini dipilih karena sesuai untuk menggambarkan kegiatan yang berlangsung di lapangan secara langsung, berdasarkan pengalaman dan pengamatan selama pelaksanaan program.



Subjek dalam kegiatan ini adalah pelaku UMKM yang berada di Nagari KKS dan belum memanfaatkan teknologi digital dalam pengelolaan usahanya. Pemilihan subjek dilakukan secara purposive, yaitu berdasarkan kriteria tertentu seperti belum memiliki akun bisnis digital (WhatsApp Business, dan Google Maps) dan bersedia didampingi. Pemilihan ini didasarkan pada pendapat Sugiyono (2012) yang menyatakan bahwa purposive sampling dilakukan untuk memilih informan yang paling relevan dengan tujuan penelitian.

Teknik pengumpulan data dilakukan melalui observasi lapangan, wawancara informal dengan pelaku usaha, serta dokumentasi dalam bentuk foto, video, dan catatan kegiatan. Selain itu, kelompok KKN juga menyelenggarakan seminar bertema “UMKM Tangguh, Desa Maju: Strategi Digitalisasi Bisnis Lokal” untuk memberikan pemahaman kepada pelaku usaha terkait pentingnya pemanfaatan media digital dalam menjalankan bisnis, karena kegiatan ini berfokus pada proses pendampingan, maka analisis data yang dilakukan bersifat deskriptif. Penjabaran difokuskan pada tahapan kegiatan, tantangan yang dihadapi selama proses digitalisasi, serta bentuk dukungan yang diberikan kepada pelaku usaha.

HASIL DAN PEMBAHASAN

Kondisi UMKM di Nagari Kampung Tanjung Koto Mambang Sungai Durian

Berdasarkan survei yang telah dilakukan, ditemukan bahwa mayoritas pelaku UMKM di Nagari KKS menjalankan usaha masih secara konvensional. Jenis usaha yang dominan yang berada di Nagari KKS yaitu warung kelontong, usaha makanan ringan, dan usaha pertanian. Dari 25 orang pelaku UMKM yang telah disurvei, hanya 4 orang pelaku (16%) yang menggunakan platform digital untuk memasarkan barang mereka, dan mereka hanya menggunakan WhatsApp pribadi untuk berinteraksi dengan pelanggan. Kondisi UMKM yang masih konvensional ini tidak terlepas dari konteks sosial ekonomi masyarakat nagari. Sebagai wilayah yang masih mengandalkan sektor pertanian dan perdagangan lokal, pola hidup masyarakat cenderung tradisional dengan tingkat mobilitas yang relatif rendah. Namun, hal ini juga menciptakan potensi untuk pengembangan ekonomi digital yang berkelanjutan jika dikelola dengan baik.

Keberadaan tokoh masyarakat dan aparaturnagari yang mendukung program digitalisasi menjadi faktor positif dalam percepatan adopsi teknologi. Dukungan ini tidak hanya berupa fasilitasi kegiatan, tetapi juga memberikan legitimasi sosial yang penting dalam masyarakat tradisional. Faktor yang dapat menyebabkan rendahnya penggunaan teknologi di Kawasan usaha setempat antara lain: keterbatasan pengetahuan mengenai platform digital, kekhawatiran pelaku usaha terhadap keamanan dalam transaksi online, kestabilan akses internet, serta persepsi mereka bahwa masih cukup dengan mengandalkan pelanggan lokal. Sejalan dengan Herdilawati (2020) yang menunjukkan bahwa faktor internal seperti pengetahuan dan sikap pemilik usaha menjadi hambatan utama dalam adopsi teknologi digital pada UMKM.

Potensi dan Peluang Digitalisasi

Menghadapi beberapa tantangan, UMKM di Nagari KKS ini memiliki potensi yang besar untuk berkembang melalui digitalisasi. Produk-produk lokal seperti makanan ringan dan hasil



pertanian organik yang memiliki keunikan dan kualitas yang dapat menarik pasar yang lebih luas. Lokasi nagari yang juga tidak terlalu jauh dari pusat kota Padang (sekitar 45 km) dapat memberikan keuntungan dalam hal akses logistik dan distribusi. Hal ini juga memungkinkan untuk para pelaku usaha UMKM untuk melayani pesanan online dengan biaya pengiriman yang relatif terjangkau.

Antusiasme masyarakat terhadap program digitalisasi UMKM ini juga cukup tinggi. Dari total 35 orang peserta yang mengikuti seminar yang diselenggarakan, terdapat 25 orang (71%) yang menyatakan bersedia untuk didampingi dalam pembuatan akun bisnis digital. Hal ini menunjukkan meskipun terdapat kekhawatiran pada mereka, namun keinginan untuk berkembang dan beradaptasi dengan teknologi cukup besar.

Tahapan Kegiatan Pendampingan Digitalisasi oleh Mahasiswa KKN

Kegiatan pendampingan digitalisasi UMKM yang dilakukan oleh mahasiswa KKN melalui beberapa tahapan sistematis berikut.

1. Sosialisasi dan Seminar

Tahap awal dimulai dengan persiapan dalam mengidentifikasi dan merekrut peserta seminar, mahasiswa KKN berkoordinasi dengan wali korong dan wali nagari. Seminar ini dihadiri oleh sekitar 35 orang peserta terdiri dari pelaku UMKM dari berbagai sektor seperti warung kelontong, usaha makanan ringan, usaha pertanian, dan tokoh masyarakat setempat. Dalam seminar ini, tim KKN menyampaikan materi mengenai pentingnya transformasi digital, peluang pasar online, berbagai platform digital yang dapat dimanfaatkan, dan cara pembuatan platform digital. Peserta seminar menunjukkan antusiasme yang cukup tinggi, ditandai dengan banyaknya pertanyaan yang diajukan terkait cara bisnis online.



Gambar 1. Sosialisasi dan Seminar

Selain penyampaian materi, sosialisasi juga dilakukan secara interaktif melalui sesi diskusi dan tanya jawab. Pelaku usaha diberikan kesempatan untuk menyampaikan pengalaman, kendala, serta kekhawatiran mereka terkait penggunaan teknologi digital dalam menjalankan usaha. Melalui kegiatan sosialisasi dan seminar ini, pelaku usaha tidak hanya memperoleh informasi baru, tetapi juga mulai membangun kesadaran akan pentingnya digitalisasi sebagai kebutuhan, bukan sekadar pilihan. Antusiasme peserta terlihat dari keaktifan dalam diskusi dan



tingginya minat untuk mengikuti tahapan pendampingan selanjutnya, khususnya dalam pembuatan akun WhatsApp Business dan pemetaan lokasi usaha melalui Google Maps.

2. Identifikasi dan seleksi UMKM

Setelah melakukan sosialisasi, selanjutnya tim KKN melakukan identifikasi terhadap seluruh pelaku UMKM yang berminat untuk didampingi dalam pembuatan akun WhatsApp Business, dan Google Maps. Dari 35 orang peserta seminar terdapat sekitar 25 orang peserta yang bersedia untuk didampingi dalam pembuatan akun WhatsApp Business, dan Google Maps secara intensif.

Setelah pelaksanaan kegiatan sosialisasi, tim KKN melanjutkan kegiatan dengan melakukan proses identifikasi terhadap seluruh pelaku UMKM yang hadir untuk mengetahui tingkat minat dan kesiapan mereka dalam menerima pendampingan lanjutan. Identifikasi ini dilakukan melalui diskusi langsung, serta komunikasi personal guna memastikan kesediaan pelaku UMKM dalam mengikuti proses pendampingan secara berkelanjutan. Fokus pendampingan diarahkan pada pembuatan dan pengelolaan akun WhatsApp Business serta pendaftaran lokasi usaha pada Google Maps.

Berdasarkan hasil identifikasi tersebut, dari total 35 peserta yang mengikuti kegiatan seminar, sekitar 25 orang pelaku UMKM menyatakan kesediaan dan komitmennya untuk mendapatkan pendampingan secara intensif. Kesediaan ini menunjukkan adanya antusiasme dan kesadaran pelaku UMKM akan pentingnya pemanfaatan teknologi digital dalam mendukung keberlanjutan dan pengembangan usaha mereka. Pendampingan lanjutan diharapkan dapat membantu pelaku UMKM meningkatkan kapasitas usaha, baik dari sisi pemasaran, pelayanan kepada konsumen, maupun pengelolaan informasi usaha secara lebih efektif.

3. Pendampingan Pembuatan Akun WhatsApp Business

WhatsApp Business dipilih sebagai platform pertama karena banyak pelaku usaha yang sudah familiar dan kemudahan dalam penggunaan aplikasi WhatsApp Business ini. Proses pendampingan meliputi pembuatan profil bisnis yang menarik, pengaturan katalog produk, pembuatan pesan otomatis dan penggunaan fitur label untuk mengorganisir kontak pelanggan. Pada tahap ini, pelaku usaha dibimbing untuk mengisi informasi usaha secara lengkap dan jelas, seperti nama usaha, jenis usaha, alamat, jam operasional, serta deskripsi singkat produk yang ditawarkan. Informasi ini penting untuk meningkatkan kepercayaan konsumen terhadap usaha yang dijalankan.



Gambar 2. Pendampingan Pembuatan Akun WhatsApp Business dan Pemetaan Lokasi Melalui Google Maps

Melalui pendampingan ini, seluruh peserta yang terlibat berhasil memiliki akun WhatsApp Business yang aktif dan siap digunakan sebagai sarana pemasaran digital. Pendampingan ini tidak hanya meningkatkan keterampilan teknis pelaku UMKM, tetapi juga membangun kepercayaan diri mereka dalam memanfaatkan teknologi digital sebagai bagian dari strategi pengembangan usaha.

4. Pemetaan Lokasi melalui Google Maps

Pemetaan lokasi UMKM dengan menggunakan Google Maps dilakukan untuk meningkatkan visibilitas usaha. Pemetaan lokasi ini meliputi pendaftaran akun Google Business, verifikasi alamat usaha, pengunggahan akun foto produk dan tempat usaha, serta pengaturan jam operasional. Seluruh peserta UMKM berhasil terdaftar dalam Google Maps, yang dapat memudahkan pelanggan untuk menemukan lokasi usaha. Pemetaan lokasi UMKM dengan menggunakan Google Maps dilakukan sebagai upaya strategis untuk meningkatkan visibilitas usaha agar lebih mudah ditemukan oleh masyarakat luas, khususnya calon pelanggan yang mencari produk atau layanan secara daring. Melalui pemetaan lokasi ini, keberadaan UMKM tidak hanya tercatat secara administratif, tetapi juga ditampilkan secara digital pada peta online yang sering digunakan dalam aktivitas sehari-hari.



Gambar 3. Hasil Pendampingan Pemetaan Lokasi Melalui Google Maps



Ini menjadi langkah awal yang penting dalam mendukung transformasi digital UMKM, karena pelanggan kini dapat dengan mudah menemukan lokasi usaha, memperoleh informasi terkait jam buka, serta melihat foto produk dan tempat usaha sebelum berkunjung secara langsung. Dengan demikian, pemetaan lokasi ini diharapkan mampu meningkatkan kepercayaan konsumen, memperluas jangkauan pasar, serta mendorong peningkatan jumlah kunjungan dan transaksi pada UMKM yang didampingi.

Dampak Kegiatan Pendampingan Digitalisasi Oleh Mahasiswa KKN

Kegiatan KKN dengan fokus pada digitalisasi UMKM di Nagari KKS membawa sejumlah perubahan penting bagi masyarakat, khususnya para pelaku usaha kecil. Perubahan tersebut tidak hanya terlihat pada aspek keterampilan dalam memanfaatkan teknologi, tetapi juga pada pola pikir, cara berinteraksi dengan konsumen, hingga peluang pengembangan usaha ke depan.

Sebelum pelaksanaan program, mayoritas pelaku UMKM masih mengandalkan cara penjualan konvensional, seperti menunggu pelanggan datang langsung ke warung atau menjual di pasar sekitar. Pola pemasaran yang terbatas ini membuat jangkauan konsumen tidak banyak berkembang. Melalui kegiatan pendampingan yang dilakukan oleh mahasiswa KKN, masyarakat diperkenalkan pada pemanfaatan media digital, antara lain melalui platform WhatsApp Business. Kehadiran teknologi ini membuka wawasan baru bagi mereka bahwa media digital dapat dimanfaatkan sebagai sarana promosi dan penjualan, bukan semata sebagai hiburan.

Dampak nyata pertama yang muncul adalah meningkatnya kesadaran masyarakat terhadap pentingnya teknologi digital. Para pelaku UMKM mulai memahami bahwa keberadaan teknologi dapat mendukung keberlangsungan usaha dan memperluas peluang pemasaran. Pengetahuan baru, seperti cara membuat akun e-commerce, mengunggah produk dengan foto menarik, hingga memanfaatkan fitur katalog, memberikan gambaran langsung bagaimana strategi digital dapat membantu meningkatkan penjualan.

Selain memberikan pengetahuan, kegiatan ini juga berpengaruh terhadap aktivitas usaha para pelaku usaha. Beberapa peserta langsung mencoba memasarkan produk melalui akun digital yang telah dibuat. Walaupun transaksi yang terjadi masih terbatas, langkah ini menandakan adanya perubahan pola usaha dari cara tradisional menuju pendekatan digital. Transformasi ini penting karena menjadi dasar bagi UMKM untuk beradaptasi dengan persaingan modern. Sejalan dengan pendapat Kotler dan Keller (2021:43), strategi digital marketing adalah pendekatan pemasaran yang memanfaatkan teknologi digital untuk menciptakan, mengomunikasikan, dan memberikan nilai kepada konsumen. Strategi ini mencakup berbagai aktivitas seperti pemasaran melalui media sosial, email, pencarian organik, serta iklan berbayar.

Kegiatan KKN tidak hanya berdampak pada pengembangan keterampilan individu, tetapi juga memberikan kontribusi besar bagi dinamika sosial masyarakat. Pelaku UMKM mulai berbagi pengalaman mengenai penggunaan aplikasi digital sekaligus mendiskusikan berbagai strategi pemasaran yang sesuai dengan kondisi usaha mereka. Hal ini membuktikan bahwa pemanfaatan



teknologi bukan sekadar sarana untuk meningkatkan pengetahuan, melainkan juga memperkuat jejaring sosial dalam komunitas.

Secara keseluruhan, kegiatan KKN di Nagari KKS menunjukkan bahwa digitalisasi mampu memberikan dampak positif yang nyata. Program ini tidak hanya memperkenalkan keterampilan baru, tetapi juga membentuk kesadaran bahwa pemanfaatan teknologi digital merupakan kebutuhan penting dalam menghadapi persaingan usaha di era modern. Dengan demikian, UMKM di Nagari ini memiliki peluang untuk berkembang lebih jauh dan meningkatkan daya saing mereka di tengah perubahan zaman.

KESIMPULAN

Kegiatan Kuliah Kerja Nyata (KKN) di Nagari KKS memberikan gambaran nyata bagaimana peran mahasiswa dapat berkontribusi dalam mendukung transformasi masyarakat menuju era digital. Melalui program pendampingan dan sosialisasi, terutama dalam bidang digitalisasi UMKM, mahasiswa tidak hanya membantu pelaku usaha kecil untuk memahami manfaat teknologi, tetapi juga membuka peluang baru bagi peningkatan daya saing di tengah perubahan zaman. Hal ini memperlihatkan bahwa KKN bukan sekadar kegiatan akademik, tetapi juga sarana pemberdayaan yang berdampak langsung pada masyarakat.

Selain memberikan manfaat bagi masyarakat, kegiatan KKN juga menghadirkan pengalaman berharga bagi mahasiswa. Proses terjun langsung ke lapangan menuntut kemampuan adaptasi, komunikasi, serta kerja sama tim yang baik. Dinamika yang muncul selama kegiatan, baik dari sisi tantangan maupun pencapaian, menjadi pelajaran penting yang melatih mahasiswa untuk lebih peka terhadap kebutuhan masyarakat serta mengasah keterampilan problem solving. Dengan demikian, KKN berfungsi sebagai ruang belajar yang lebih luas dari sekadar teori yang diperoleh di bangku kuliah.

Secara keseluruhan, pelaksanaan KKN di Nagari KKS menunjukkan bahwa kolaborasi antara mahasiswa dan masyarakat dapat menghasilkan dampak positif yang nyata. Digitalisasi UMKM menjadi salah satu langkah penting untuk mendorong kemandirian dan keberlanjutan ekonomi masyarakat. Di sisi lain, mahasiswa memperoleh pengalaman yang memperkaya wawasan dan membentuk karakter sosial. Oleh karena itu, kegiatan KKN berfungsi sebagai ruang kolaborasi mahasiswa dengan masyarakat.

DAFTAR PUSTAKA

- Hardilawati, Wan Laura. (2020). Strategi Bertahan UMKM di Tengah Pandemi Covid-19. *Jurnal Akuntansi & Ekonomika*, 10(1).
- Hutagaol, A., Damanik, D. B. N., Saragih, J. R. S., Wijaya, M. F., Sitompul, R. S. M., Sugara, W. H., & Pratama, L. S. (2024). Analisis Pengaruh Digitalisasi terhadap UMKM di Kota Medan. *Jurnal Ekuilnomi*, 6(3), 729-738.
- Jayanti, E., & Karnowati, N. B. (2023). Digitalisasi UMKM dan Literasi Keuangan untuk Keberlanjutan UMKM di Kabupaten Cilacap. *Kajian Bisnis Sekolah Tinggi Ilmu Ekonomi Widya Wiwaha*, 31(1), 51-64.



Kotler, P., & Keller, K. L. (2021). *Manajemen Pemasaran* (edisi ke-15). *Pearson Education*

Kementerian Koperasi dan UKM. (2024). *Perkembangan Data Usaha Mikro, Kecil, Menengah dan Usaha Besar Tahun 2024*. Jakarta: Kementerian Koperasi dan UKM Republik Indonesia.

Safarudin, Rizal, Kustati, Martin, & Sepriyanti, Nana. (2023). Penelitian Kualitatif. *Innovative: Journal Of Social Science Research*3, 9680–9694.

Sugiyono. (2012). *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, dan R&D*. Bandung: Alfabeta.