



## **PENYULUHAN TRANSFORMASI DIGITAL DAN PENDAMPINGAN UMKM UNTUK MENDORONG PERTUMBUHAN EKONOMI DI DESA BALEHARJO, SRAGEN, JAWA TENGAH**

### ***DIGITAL TRANSFORMATION COUNSELING AND MSME ASSISTANCE TO ENCOURAGE ECONOMIC GROWTH IN BALEHARJO VILLAGE, SRAGEN, CENTRAL JAVA***

**Pram Suryanadi<sup>1\*</sup>, Asta Dina Saputri<sup>2</sup>, Calista Fallen Christian<sup>3</sup>, Catherine Martina  
Sahria Sibarani<sup>4</sup>, Cryssantia Sekar Kinasih<sup>5</sup>, Devie Sekar Arum<sup>6</sup>, Eva Mahardika<sup>7</sup>,  
Muhammad Rafli Hidayatullah<sup>8</sup>, Risma Eka Susanti<sup>9</sup>, Tubagus Syabila Rosyad<sup>10</sup>**

<sup>1-10</sup>Universitas Sebelas Maret

Email Koresponden: [surya\\_nadi@staff.uns.ac.id](mailto:surya_nadi@staff.uns.ac.id)

#### **Article Info**

##### **Article history :**

Received : 10-09-2024

Revised : 15-09-2024

Accepted : 18-09-2024

Published : 20-09-2024

#### **Abstract**

*Baleharjo Village, Sragen, Central Java, is an area with a majority of the population relying on the micro, small, and medium enterprises (MSMEs) sector as their main source of income. However, many MSMEs in this area have not utilized digital technology optimally, thus facing challenges in market access and business sustainability. Digital transformation is a must in the era of the Industrial Revolution 4.0, where digital technology plays an important role in increasing business competitiveness and sustainability. Therefore, digital transformation counseling and MSME mentoring are carried out to provide the understanding and skills needed by MSME actors so that they can adopt digital technology in their business operations. This activity involves socialization regarding e-commerce, QRIS implementation, and mentoring related to social media promotion and the use of Microsoft Excel. The results of this activity show an increase in the understanding and digital skills of MSME actors, which is expected to support local economic growth and improve the welfare of the community in Baleharjo Village.*

**Keywords : Digital Transformation, Mentoring, MSMEs**

#### **Abstrak**

Desa Baleharjo, Sragen, Jawa Tengah, merupakan wilayah dengan mayoritas penduduk yang bergantung pada sektor usaha mikro, kecil, dan menengah (UMKM) sebagai sumber penghasilan utama. Namun, banyak UMKM di wilayah ini yang belum memanfaatkan teknologi digital secara optimal, sehingga menghadapi tantangan dalam akses pasar dan keberlanjutan usaha. Transformasi digital menjadi keharusan di era Revolusi Industri 4.0, di mana teknologi digital memegang peran penting dalam meningkatkan daya saing dan keberlanjutan usaha. Oleh karena itu, penyuluhan transformasi digital dan pendampingan UMKM dilakukan untuk memberikan pemahaman dan keterampilan yang dibutuhkan oleh pelaku UMKM agar dapat mengadopsi teknologi digital dalam operasional bisnis mereka. Kegiatan ini melibatkan sosialisasi mengenai e-commerce, implementasi QRIS, serta pendampingan terkait promosi media sosial dan penggunaan Microsoft Excel. Hasil dari kegiatan ini menunjukkan peningkatan pemahaman dan



kemampuan digital para pelaku UMKM, yang diharapkan dapat mendukung pertumbuhan ekonomi lokal dan meningkatkan kesejahteraan masyarakat di Desa Baleharjo.

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

## **PENDAHULUAN**

Desa Baleharjo, yang terletak di Kabupaten Sragen, Jawa Tengah, merupakan salah satu wilayah yang mayoritas penduduknya bergantung pada sektor usaha mikro, kecil, dan menengah (UMKM) sebagai sumber penghasilan utama. UMKM di daerah ini memiliki potensi besar untuk berkembang, namun masih menghadapi berbagai permasalahan terutama dalam hal akses pasar dan pemanfaatan digital. Di lain sisi, transformasi digital menjadi suatu keharusan di era Revolusi Industri 4.0, dimana teknologi digital memainkan peran penting dalam meningkatkan daya saing dan keberlanjutan usaha (Permadi & Wilandari, 2021). Selain itu juga pendampingan UMKM sangat penting dalam mendukung perkembangan dan keberlanjutan usaha mereka. Pendampingan membantu pelaku UMKM untuk mencapai tujuan bisnis mereka. Selain itu juga, tidak hanya memberikan bimbingan dan konsultasi terkait strategi bisnis dan pemasaran, tetapi juga berperan dalam meningkatkan keterampilan dan kapasitas pelaku UMKM melalui pelatih (Widyaningsih et al., 2024).

Masih banyaknya UMKM di Desa Baleharjo yang belum sepenuhnya memahami atau memanfaatkan teknologi digital dalam operasional mereka. Hambatan seperti kurangnya pengetahuan tentang teknologi, keterbatasan akses terhadap infrastruktur digital, serta minimnya pendampingan dan dukungan menjadi faktor yang menghambat transformasi digital di wilayah ini. Untuk mengatasi kendala-kendala tersebut, penyuluhan transformasi digital dan pendampingan UMKM sangat diperlukan (Yuliani, 2020). Melalui penyuluhan, pelaku UMKM dapat diberikan pemahaman yang lebih mendalam tentang pentingnya digitalisasi, serta bagaimana teknologi digital dapat diintegrasikan ke dalam bisnis mereka untuk meningkatkan efisiensi, produktivitas, dan akses pasar. Pendampingan yang berkelanjutan juga diperlukan untuk memastikan bahwa UMKM dapat mengimplementasikan teknologi tersebut dengan efektif, serta mampu beradaptasi dengan perubahan pasar yang dinamis (Adi et al., 2023).

Berdasarkan hal tersebut, Tim KKN UNS 325 mengadakan kegiatan dengan judul *Penyuluhan Transformasi Digital dan Pendampingan UMKM untuk Mendorong Pertumbuhan Ekonomi di Desa Baleharjo, Sragen, Jawa Tengah*. Kegiatan ini dipilih karena dianggap relevan dan dapat dengan mudah diimplementasikan oleh para pelaku UMKM di desa tersebut. Selain itu, *output* yang diharapkan dari kegiatan ini adalah peningkatan pemahaman dan kemampuan digital para pelaku UMKM, yang pada akhirnya dapat berdampak positif terhadap pertumbuhan ekonomi lokal serta kesejahteraan masyarakat setempat.

## **METODE PENELITIAN**

Bagian metode penelitian berisi bahan dan alat, lokasi penelitian, uraian masalah atau alasan penelitian, metode/cara pengumpulan data (survei atau perancangan percobaan), dan



analisis data. Pendahuluan ditulis dengan font Times New Roman-12, spasi 1,15. Tiap paragraf diawali kata yang menjorok ke dalam sekitar 1 cm dari tepi kiri tiap kolom.

Dalam kegiatan Kuliah Kerja Nyata ini tentang penyuluhan transformasi digital dan pendampingan UMKM di Desa Baleharjo, Sragen, metode yang digunakan melibatkan partisipasi aktif masyarakat, khususnya pelaku UMKM, untuk mendukung pertumbuhan ekonomi lokal. Kegiatan pengabdian ini dilakukan dengan beberapa tahapan sebagai berikut:

#### 1. Tahap Persiapan

Studi pustaka dan literatur yang relevan, mencakup data, informasi, serta penelitian sebelumnya mengenai transformasi digital dan pendampingan UMKM. Penelusuran literatur dilakukan melalui jurnal, buku, dan sumber dari website yang terpercaya. Selain itu, survei awal dilakukan untuk memahami kondisi UMKM di Desa Baleharjo, termasuk tantangan yang mereka hadapi dalam mengadopsi teknologi digital.

#### 2. Tahap Pelaksanaan

Pada tahap ini, Tim KKN UNS 325 melakukan sosialisasi dengan memberikan penjelasan dan materi secara langsung kepada pelaku UMKM di Desa Baleharjo. Sosialisasi ini mencakup pemahaman tentang pentingnya transformasi digital, cara memanfaatkan teknologi digital untuk mengoptimalkan bisnis, serta strategi pemasaran digital yang efektif. Selain itu, pendampingan dilakukan secara intensif untuk membantu UMKM dalam mengimplementasikan teknologi digital ke dalam operasional bisnis mereka, termasuk penggunaan *platform e-commerce* dan media sosial untuk memperluas jangkauan pasar dan pembuatan QRIS (*Quick Response Code Indonesian Standard*).

#### 3. Tahap Evaluasi

Pada akhir kegiatan, evaluasi dilakukan oleh tim guna mengidentifikasi keberhasilan dan kendala yang dihadapi selama proses penyuluhan dan pendampingan. Evaluasi ini bertujuan untuk mengetahui aspek-aspek yang perlu diperbaiki agar hasil yang dicapai dapat lebih optimal di masa mendatang.

## HASIL DAN PEMBAHASAN

Kegiatan penyuluhan ini dilaksanakan pada hari tanggal 25 Juli 2024 dan 26 Juli 2024, sedangkan pendampingan UMKM dilaksanakan pada tanggal 27 Juli 2024. Dengan tema “Penyuluhan Transformasi Digital dan Pendampingan UMKM untuk Mendorong Pertumbuhan Ekonomi di Desa Baleharjo, Kecamatan Sukodono, Sragen, Jawa Tengah”. Pelaksanaan kegiatan ini dilakukan oleh 4 mahasiswa penanggungjawab dan 5 mahasiswa pendamping. Kegiatan sosialisasi ini pun dilakukan secara langsung. Sasaran pada kegiatan pengabdian masyarakat ini yaitu warga masyarakat Desa Baleharjo khususnya pelaku UMKM dengan jumlah 70 orang.



Kegiatan penyuluhan ini diawali dengan registrasi peserta, kemudian dilanjutkan dengan pembukaan acara, sambutan kepala desa, sambutan ketua panitia, sambutan mahasiswa KKN, kemudian dilanjutkan sosialisasi terkait pengoperasian *e-commerce* sebagai media pemasaran dan implementasi QRIS pada UMKM, dilanjutkan dengan tanya jawab, dan diakhiri dengan pendataan UMKM yang akan dilakukan pendampingan UMKM. Sedangkan kegiatan pendampingan UMKM dilakukan dengan mengunjungi satu persatu UMKM secara langsung yang telah mendaftarkan pada saat sosialisasi, kemudian dilakukan analisis usahanya, dan diberikan solusinya yaitu dengan dibantu pembuatan promosi di media sosial, pembuatan QRIS untuk pembayaran digital, dan pelatihan Microsoft Excel untuk optimalisasi administrasi.



Gambar 1. Dokumentasi Sosialisasi Hari Pertama

Sosialisasi hari pertama mengenai pengoperasian *e-commerce* ini bertujuan untuk memberikan pemahaman yang mendalam kepada para pelaku UMKM tentang bagaimana memanfaatkan *platform* digital ini secara efektif. *E-commerce* berfungsi sebagai media yang mempertemukan penjual dan pembeli dalam lingkungan virtual, di mana transaksi dapat dilakukan secara *real-time*. Pengoperasian *e-commerce* yang optimal memerlukan pemahaman mendalam tentang berbagai fitur yang disediakan oleh berbagai *platform* (Ningsih et al., 2021). Misalnya, pengaturan tata letak produk yang baik, deskripsi yang jelas, dan gambar produk yang menarik, semua berperan penting dalam menarik perhatian calon pembeli dan meningkatkan konversi penjualan.

Pada sosialisasi ini, para pelaku UMKM diberikan pengetahuan tentang cara membuat akun di berbagai *platform e-commerce* seperti Tokopedia, Shopee, dan Bukalapak. Mereka diajarkan



untuk mengatur profil toko, mengunggah produk, dan mengelola stok secara efisien. Dalam proses ini, penting bagi pelaku usaha untuk memahami bagaimana menyusun deskripsi produk yang informatif dan menggunakan gambar berkualitas tinggi. Penggunaan deskripsi yang rinci dan gambar yang tajam akan membantu meningkatkan kepercayaan konsumen dan mendorong mereka untuk melakukan pembelian.

Pentingnya strategi pemasaran digital dalam pengoperasian *e-commerce* juga menjadi fokus utama. Dalam hal ini, pelaku UMKM diberikan wawasan mengenai penggunaan fitur-fitur promosi seperti diskon, flash sale, dan voucher yang disediakan oleh *platform e-commerce*. Fitur-fitur ini berfungsi memperlambat pengambilan keputusan konsumen, memberikan mereka waktu untuk mempertimbangkan penawaran, dan akhirnya mendorong mereka untuk mengambil tindakan pembelian (Apriyanti, 2018).

Selain itu, pengaturan yang tepat dari halaman toko *e-commerce*, misalnya ke produk-produk yang sedang dipromosikan atau memiliki penjualan terbaik (Kurniawati et al., 2021). Dengan desain yang tepat, pelaku usaha dapat mengarahkan pengunjung toko online mereka ke halaman yang dioptimalkan untuk konversi dan memastikan bahwa pengunjung mendapatkan pengalaman berbelanja yang memuaskan dan akhirnya melakukan pembelian.



Gambar 2. Dokumentasi Sosialisasi Hari Kedua

Sosialisasi hari kedua mengenai implementasi QRIS bagi UMKM bertujuan untuk menyederhanakan proses pembayaran digital. Sebelum adanya QRIS, pelaku UMKM sering kali menghadapi kesulitan karena harus memiliki beberapa kode QR untuk berbagai aplikasi pembayaran seperti OVO, GoPay, Dana, dan LinkAja. Hal ini tidak hanya menyulitkan pelaku



usaha, tetapi juga membingungkan konsumen. Dengan adanya QRIS, satu kode QR dapat digunakan untuk semua aplikasi pembayaran, sehingga proses transaksi menjadi lebih mudah, cepat, dan efisien. Selain itu, penggunaan QRIS juga membantu pelaku UMKM dalam mencatat transaksi secara digital, sehingga pengelolaan keuangan usaha menjadi lebih transparan dan teratur.

Sosialisasi mengenai QRIS sangat penting untuk memberikan pemahaman kepada pelaku UMKM tentang cara kerja dan manfaat menggunakan QRIS. Dalam sosialisasi ini, pelaku UMKM diajarkan bagaimana QRIS dapat membantu meningkatkan efisiensi dan mempermudah proses pembayaran, baik dari sisi pelaku usaha maupun konsumen. Setelah memahami manfaatnya, langkah berikutnya adalah mendaftarkan usaha untuk mendapatkan kode QRIS. Proses pendaftaran ini cukup mudah dan dapat dilakukan melalui bank atau penyedia layanan pembayaran yang mendukung QRIS. Setelah pendaftaran disetujui, pelaku usaha akan menerima kode QRIS yang siap digunakan dalam kegiatan operasional sehari-hari.

Penyampaian implementasi QRIS di lapangan juga disampaikan ke pelaku usaha, dimana kode QRIS sebaiknya ditempatkan di lokasi yang mudah dilihat oleh konsumen, seperti di kasir atau meja pembayaran. Pelaku usaha juga harus siap membantu konsumen yang mungkin belum terbiasa menggunakan QRIS, dengan memberikan penjelasan singkat tentang cara melakukan pembayaran. Selain itu, penting bagi pelaku UMKM untuk mempromosikan penggunaan QRIS kepada pelanggan mereka, misalnya dengan menawarkan diskon atau promosi khusus bagi yang melakukan pembayaran melalui QRIS.



Gambar 3. Dokumentasi Pendampingan Pembuatan QRIS pada UMKM

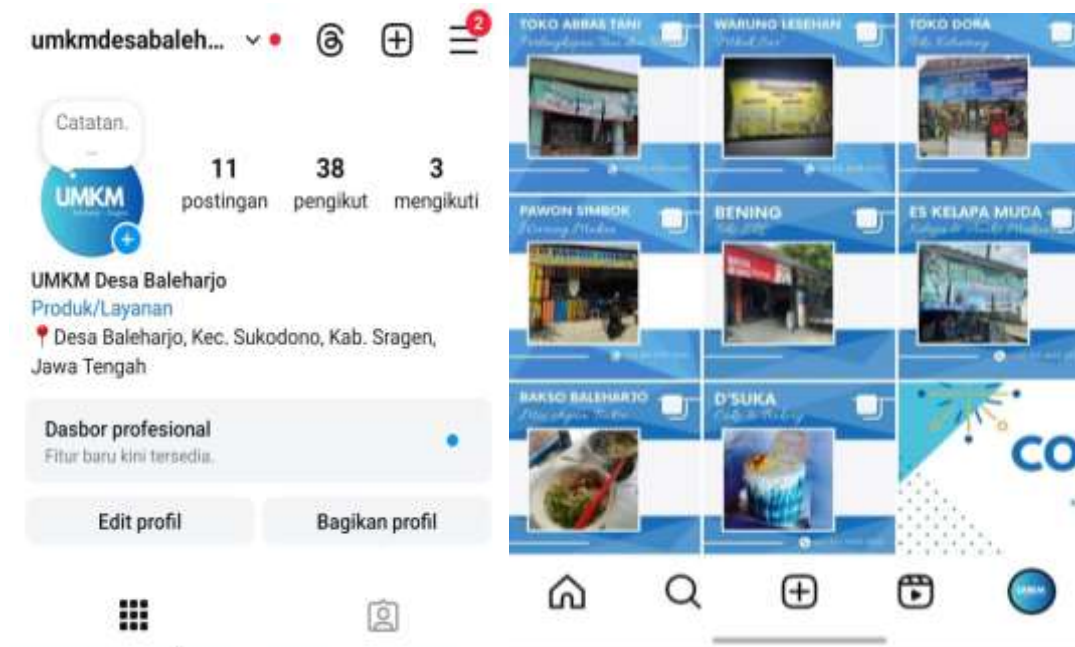
Pendampingan UMKM dilakukan mendatangi satu persatu pelaku usaha. Salah satu tahap awal dalam pendampingan UMKM adalah memperkenalkan QRIS (*Quick Response Code Indonesian Standard*), yang mempermudah proses transaksi digital. QRIS memungkinkan UMKM menerima pembayaran dari berbagai platform digital hanya dengan satu kode QR, sehingga memudahkan konsumen dan mempercepat proses pembayaran. Dalam pendampingan ini, pelaku UMKM diajarkan cara mendaftar dan membuat kode QRIS, serta cara mengintegrasikannya ke



dalam sistem pembayaran mereka. Dengan QRIS, UMKM tidak hanya dapat meningkatkan efisiensi operasional, tetapi juga menarik lebih banyak pelanggan yang kini semakin terbiasa dengan pembayaran digital.



Gambar 4. Dokumentasi Pendampingan Promosi Media Sosial pada UMKM



Gambar 5. Hasil Konten Promosi UMKM pada Media Sosial Instagram

Selain kemudahan transaksi, promosi yang efektif juga menjadi kunci keberhasilan UMKM di era digital. Tahap pendampingan UMKM yang kedua yaitu membantu dalam pemasaran media sosial seperti Instagram, Facebook, dan WhatsApp. Melalui pendampingan, pelaku UMKM diajarkan strategi promosi di media sosial, mulai dari pembuatan konten menarik, penjadwalan posting, hingga penggunaan fitur iklan berbayar untuk meningkatkan jangkauan. Selain itu, UMKM juga diberikan tips tentang bagaimana berinteraksi dengan pelanggan secara online,



membangun komunitas, dan memanfaatkan ulasan positif untuk membangun reputasi usaha. Dengan promosi yang tepat, UMKM dapat menjangkau lebih banyak pelanggan potensial, baik lokal maupun global.



Gambar 6. Dokumentasi Pendampingan Pelatihan Microsoft Excel pada UMKM

Tahap ketiga dalam pendampingan UMKM yaitu pelatihan penggunaan Microsoft Excel. Dengan kemampuan mengoperasikan perangkat lunak seperti Microsoft Excel juga menjadi keterampilan penting yang harus dimiliki oleh pelaku UMKM. Melalui pelatihan ini, UMKM diajarkan cara menggunakan fitur-fitur Microsoft Excel secara optimal, mulai dari format penulisan, pembuatan tabel, hingga penggunaan *template* dokumen bisnis. Keterampilan ini akan sangat membantu dalam menjalankan administrasi usaha dengan lebih efisien dan profesional.

Luaran yang dihasilkan dari kegiatan penyuluhan dan pendampingan ini adalah peningkatan kesadaran dan pemahaman pelaku UMKM di Desa Baleharjo tentang pentingnya transformasi digital dalam menjalankan bisnis. Masyarakat, khususnya pelaku UMKM, menunjukkan antusiasme yang tinggi dan mendukung kegiatan ini, terlihat dari peningkatan partisipasi dalam pelatihan dan aplikasi teknologi digital dalam operasional usaha mereka.

Selain itu, luaran lainnya mencakup artikel ilmiah yang disusun berdasarkan hasil kegiatan ini. Artikel ini bertujuan untuk mempublikasikan hasil yang telah dicapai dari penyuluhan dan pendampingan, serta memberikan wawasan tentang dampak positif dari penerapan teknologi digital dalam pengembangan UMKM. Artikel tersebut juga diharapkan dapat menjadi sumber informasi yang berguna bagi para pembaca dan pemangku kepentingan lainnya dalam mendukung digitalisasi UMKM di wilayah lain.

## KESIMPULAN

Kegiatan penyuluhan transformasi digital dan pendampingan UMKM di Desa Baleharjo telah berhasil meningkatkan kesadaran dan pemahaman pelaku UMKM mengenai pentingnya





teknologi digital dalam mengembangkan bisnis mereka. Sosialisasi tentang *e-commerce* dan implementasi QRIS telah membantu UMKM dalam mengoptimalkan operasional bisnis mereka, sedangkan pendampingan terkait promosi media sosial dan pelatihan Microsoft Excel telah meningkatkan keterampilan mereka dalam menjalankan administrasi usaha dengan lebih efisien. Partisipasi yang antusias dari pelaku UMKM menunjukkan keberhasilan kegiatan ini dalam mendorong transformasi digital di Desa Baleharjo. Luaran dari kegiatan ini, selain peningkatan kapasitas pelaku UMKM, juga mencakup artikel ilmiah yang mempublikasikan hasil-hasil yang telah dicapai dan memberikan wawasan tentang dampak positif digitalisasi UMKM.

### UCAPAN TERIMA KASIH

Terima kasih kami ucapkan kepada civitas akademika Universitas Sebelas Maret yang telah memberikan kesempatan dan fasilitas bagi kami untuk melakukan pengabdian melalui program KKN. Terima kasih kepada Bapak/Ibu dosen yang telah membimbing. Selain itu, terima kasih kami ucapkan kepada seluruh warga desa dan pihak lain yang telah berpartisipasi dalam kegiatan ini.

### DAFTAR PUSTAKA

- Adi, P., Mulyani, R., Putri, A. N. H., Saputri, C. I., Alfiyah, H., Widyadana, J. R. A., Ma'rifah, K., & Khabibah, L. N. (2023). Pemberdayaan Masyarakat melalui Pelatihan Digital Marketing pada UMKM Produk Pertanian di Desa Bodag, Madiun, Jawa Timur. *PRIMA: Journal of Community Empowering and Services*, 6(2), 126. <https://doi.org/10.20961/prima.v6i2.65249>
- Apriyanti, M. E. (2018). Pentingnya Kemasan terhadap Penjualan Produk Perusahaan. *Sosio E-Kons*, 10(1), 20. <https://doi.org/10.30998/sosioekons.v10i1.2223>
- Kurniawati, E. T., Zuhroh, I., & Malik, N. (2021). Literasi dan Edukasi Pembayaran Non Tunai Melalui Aplikasi QR Code Indonesian Standard (QRIS) Pada Kelompok Milenial. *Studi Kasus Inovasi Ekonomi*, 05(01), 23–30.
- Ningsih, H. A., Sasmita, E. M., & Sari, B. (2021). Persepsi Risiko Terhadap Keputusan Menggunakan Uang Elektronik ( QRIS ) Pada Mahasiswa. *Jurnal IKRA-ITH Ekonomika*, 4(1), 1–9.
- Permadi, Y. A., & Wilandari, A. (2021). Preferences of Using Quick Response Code Indonesian Standard (Qris) Among Students As a Means of Digital Payment. *Journal of Enterprise and Development*, 3(1), 31–41. <https://doi.org/10.20414/jed.v3i01.3285>
- Widyaningsih, H., Fatchuroji, A., Uhai, S., & Lusianawati, H. (2024). *Hubungan antara Kompetensi Kewirausahaan dan Kinerja Usaha Mikro dan Kecil di Sektor Pariwisata di Indonesia*. 02(02), 82–91. <https://doi.org/10.58812/sek.v2i02>
- Yuliani, R. (2020). Peningkatan Penjualan Melalui Inovasi Kemasan Dan Label Pada Umkm. *Jurnal Keuangan Umum Dan Akuntansi Terapan*, 2(2), 71–76.