



Accepted: June 2025	Revised: July 2025	Published: August 2025
-------------------------------	------------------------------	----------------------------------

Optimalisasi Teknologi Digital untuk Mendukung Daya Saing UMKM di Era Transformasi Digital

**Eko Prasetyo, Kasih Mayang Gitaurus, Bagus Setyo Cahyono, Mar'atun Koerotul Fiyana, Silvia Nur Khasanah, Muhammad Abdul Malik, Alif Alfian Syafa'at, Ichsan Iqbal Firdaus, Lailis Sofia, Jefi Widiawan, Lia Ananta, Taufika Nururrohmah, Muhammad Ulil Albab, Ahmad Isa
Tranjaya**

email: ekoprasetyo@iaingawi.ac.id.
Institut Agama Islam Ngawi, Indonesia

Abstract

Digital transformation has become a central issue in strengthening the competitiveness of MSMEs, especially in rural areas. This community service activity focuses on assisting MSMEs in Gunungan Village, Magetan Regency, in facing the challenges of the digital era through the digitization of promotion and sales. The objective of this activity is to enhance the digital literacy of SME operators, expand market reach through social media and digital platforms, and strengthen local identity through location-based digital integration (Google Maps, Google Business Profile). The method employed is a participatory approach based on community organizing, implemented through stages of socialization, technical training, direct mentoring, and participatory evaluation. The results of the activity showed an increase in SMEs' understanding of the importance of digitalization, skills in creating digital business accounts, and the utilization of location features in marketing. The expected social changes also began to emerge, such as increased community involvement in the digital ecosystem, the emergence of collaboration among SMEs, and the formation of a digital SME community in Gunungan Village. This activity underscores the importance of a sustainable and adaptive approach in empowering communities through digital applications.

Keywords: *Digital Empowerment; MSMEs; Local Community; Participatory Strategy; Transformation.*

Abstrak

Transformasi digital menjadi isu sentral dalam penguatan daya saing UMKM, khususnya di wilayah pedesaan. Kegiatan pengabdian masyarakat ini berfokus pada pendampingan UMKM di Desa Gunungan, Kabupaten Magetan, dalam menghadapi tantangan era digital melalui digitalisasi promosi dan penjualan. Tujuan dari kegiatan ini adalah untuk meningkatkan literasi digital pelaku UMKM, memperluas jangkauan pasar melalui media sosial dan platform digital, serta memperkuat identitas lokal dengan integrasi digital berbasis lokasi (Google Maps, Google Business Profile). Metode yang digunakan adalah pendekatan partisipatif berbasis community organizing yang dilaksanakan melalui tahapan sosialisasi, pelatihan teknis, pendampingan langsung, serta evaluasi berbasis partisipasi. Hasil kegiatan menunjukkan peningkatan pemahaman UMKM terhadap pentingnya digitalisasi, keterampilan dalam membuat akun bisnis digital, hingga pemanfaatan fitur lokasi dalam pemasaran. Perubahan sosial yang diharapkan pun mulai tampak, seperti meningkatnya keterlibatan masyarakat dalam ekosistem digital, munculnya kolaborasi antar pelaku UMKM, serta terbentuknya komunitas digital UMKM Desa Gunungan. Kegiatan ini menegaskan pentingnya pendekatan berkelanjutan dan adaptif dalam memberdayakan komunitas masyarakat berbasis aplikasi digital.

Kata kunci : Pemberdayaan Digital; UMKM; Komunitas Lokal; Strategi Partisipatif; Transformasi.

Pendahuluan

Perkembangan teknologi informasi telah mempengaruhi hampir seluruh sektor kehidupan, termasuk sektor Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah (UMKM). Di Indonesia, UMKM memegang peranan penting dalam perekonomian nasional dengan kontribusi terhadap PDB mencapai lebih dari 60% dan penyerapan tenaga kerja hingga 97% (Kementerian Koperasi dan UKM, 2023). Namun, tantangan digitalisasi UMKM di wilayah pedesaan seperti Desa Gunungan, Kabupaten Magetan masih sangat nyata, mulai dari keterbatasan akses infrastruktur hingga rendahnya literasi digital pelaku usaha. Padahal, pemanfaatan teknologi digital, khususnya dalam promosi dan penjualan produk, terbukti mampu memperluas jangkauan pasar dan meningkatkan efisiensi operasional usaha (Huda et al., 2023). Kesenjangan digital ini menyebabkan pelaku UMKM di daerah tertinggal sulit bersaing dengan pelaku usaha di perkotaan. Oleh karena itu, penting untuk mendorong pemberdayaan UMKM berbasis digital yang inklusif dan kontekstual

dengan kebutuhan lokal. Pendekatan ini perlu didukung oleh program pelatihan dan pendampingan yang berkelanjutan dan adaptif terhadap karakteristik sosial dan ekonomi masyarakat desa.

Transformasi digital dalam sektor UMKM menjadi kunci penting dalam meningkatkan daya saing usaha, terutama melalui adaptasi teknologi dalam layanan publik seperti sertifikasi halal berbasis digital. Pendampingan berbasis teknologi telah terbukti memberikan nilai tambah bagi pelaku UMK di wilayah pedesaan (Prasetya et al., 2023). Digitalisasi UMKM tidak cukup hanya dengan menyediakan akses terhadap teknologi, melainkan juga harus dibarengi dengan peningkatan kapasitas sumber daya manusianya. Penelitian oleh Pratama dan Yulianti (2022) menunjukkan bahwa pelaku UMKM yang mengikuti pelatihan digital marketing mengalami peningkatan omzet hingga 45% dalam enam bulan. Ini membuktikan bahwa intervensi berbasis pelatihan memiliki dampak nyata terhadap pertumbuhan usaha, terutama dalam hal promosi dan pemasaran produk secara daring.

Meskipun demikian, pelatihan yang bersifat satu kali dan tidak berkelanjutan sering kali gagal membentuk kebiasaan dan kemampuan mandiri dalam memanfaatkan teknologi. Sebaliknya, pendekatan pemberdayaan yang holistik dan berbasis komunitas memiliki potensi lebih besar dalam membentuk pola pikir digital yang tahan lama. Untuk itu, pelatihan digital perlu dirancang tidak hanya sebagai transfer ilmu, melainkan juga sebagai proses pemberdayaan sosial. Pendekatan ini penting agar digitalisasi tidak berhenti pada adopsi teknologi, tetapi menjadi bagian dari transformasi budaya kerja UMKM.

Selain persoalan kapasitas, pelaku UMKM di pedesaan juga menghadapi berbagai hambatan struktural dalam mengadopsi teknologi digital. Studi oleh Widodo et al. (2022) menyebutkan bahwa 64% pelaku UMKM di desa belum memanfaatkan media sosial sebagai sarana pemasaran karena kendala perangkat, jaringan, dan biaya. Hal ini diperparah oleh rendahnya kepercayaan terhadap transaksi digital, kurangnya keamanan data, serta ketidaktahuan tentang strategi promosi online yang efektif. Fenomena ini menunjukkan bahwa masalah digitalisasi UMKM sangat kompleks dan membutuhkan pendekatan interdisipliner, termasuk dukungan dari pemerintah daerah, akademisi, dan sektor swasta. Kerja sama lintas sektor menjadi kunci dalam menciptakan ekosistem

digital yang mendukung UMKM secara menyeluruh. Dengan adanya intervensi yang tepat, digitalisasi dapat membuka peluang besar bagi UMKM desa untuk naik kelas dan lebih kompetitif di pasar yang lebih luas. Sebaliknya, jika dibiarkan, kesenjangan digital justru berpotensi memperlebar ketimpangan ekonomi antara desa dan kota.

Pemerintah Indonesia sebenarnya telah mengeluarkan berbagai kebijakan untuk mendukung digitalisasi UMKM, seperti pelatihan berbasis e-learning dan program onboarding UMKM ke marketplace digital. Namun, pelaksanaan di lapangan masih belum optimal, terutama karena pendekatan yang cenderung generik dan kurang memahami kebutuhan spesifik UMKM di pedesaan (Riyadi & Nurhadi, 2021). Desa Gunungan di Kabupaten Magetan merupakan contoh desa dengan potensi ekonomi lokal yang besar, namun pemanfaatan teknologi digital dalam pengembangan usahanya masih terbatas. Produk-produk lokal seperti kerajinan, olahan makanan, dan pertanian organik memiliki daya tarik pasar yang tinggi, tetapi masih menghadapi kendala dalam strategi promosi dan distribusi. Sebagai bagian dari upaya penguatan ekonomi lokal berbasis komunitas sekaligus mendukung program nasional *UMKM Go Digital*, mahasiswa KKN terlibat langsung dalam pendampingan pelaku usaha. Salah satu bentuk pendampingan tersebut terlihat pada keterlibatan mahasiswa dalam proses produksi keripik pisang bersama pelaku UMKM setempat. Kegiatan ini bertujuan untuk meningkatkan kualitas produk, memperbaiki efisiensi proses produksi, serta mendorong kesiapan pelaku usaha dalam memanfaatkan teknologi digital untuk memperluas jangkauan pasar.



Gambar 1. Pengolahan Kripik Pisang

Kegiatan pengabdian ini mengadopsi pendekatan berbasis partisipasi masyarakat dengan model pelatihan aplikatif dan pendampingan intensif. Sebagaimana halnya pelatihan keterampilan kegiatan ini harus mampu meningkatkan kreativitas dan kemampuan inovatif seorang individu di komunitas, pelatihan berbasis digital

bagi pelaku UMKM juga memiliki urgensi yang sama untuk membentuk kemampuan adaptif dalam menghadapi perubahan era transformasi digital (Prasetyo & Reni, 2025).

Model ini terbukti efektif dalam sejumlah program serupa di berbagai daerah, di mana pelaku UMKM diberikan kesempatan untuk langsung mempraktikkan keterampilan digital yang diperoleh dalam konteks bisnis mereka masing-masing (Azizah et al., 2022). Pemberdayaan yang dilakukan melalui media sosial, platform e-commerce, dan pembuatan konten kreatif diharapkan mampu meningkatkan visibilitas usaha dan menarik minat pasar lebih luas. Selain itu, pelaku UMKM juga diberikan pelatihan mengenai manajemen keuangan digital, branding, dan strategi pemasaran berbasis data. Dengan demikian, intervensi ini diharapkan tidak hanya meningkatkan pengetahuan, tetapi juga membentuk kebiasaan baru dalam memanfaatkan teknologi secara produktif. Keterlibatan aktif masyarakat menjadi kunci keberhasilan program karena menciptakan rasa memiliki dan keberlanjutan pasca-program.

Secara teoretis, kegiatan ini didasarkan pada pendekatan *Resource-Based View* (RBV) yang memandang kapasitas internal seperti keterampilan digital sebagai sumber keunggulan bersaing UMKM (Barney, 1991). Selain itu, teori *Diffusion of Innovation* oleh Rogers (2003) memberikan kerangka untuk memahami bagaimana inovasi teknologi dapat diadopsi secara bertahap oleh masyarakat desa. Integrasi dua pendekatan ini penting untuk merancang program pemberdayaan yang realistis dan kontekstual. Harapannya, kegiatan ini dapat mendorong perubahan sosial dalam bentuk peningkatan pendapatan, perluasan akses pasar, dan tumbuhnya ekosistem usaha yang adaptif terhadap perubahan teknologi. Kegiatan ini juga dapat menjadi role model pemberdayaan berbasis digital yang dapat direplikasi di desa-desa lain dengan tantangan serupa. Pada akhirnya, pengabdian ini bertujuan menciptakan UMKM yang tidak hanya bertahan, tetapi juga berkembang di tengah arus transformasi digital.

Metode

Pengabdian masyarakat ini dilaksanakan di Desa Gunungan, Kecamatan Kartoharjo, Kabupaten Magetan, Jawa Timur pada bulan Juli hingga Agustus 2025. Jenis kegiatan ini merupakan penelitian terapan partisipatoris

(*Participatory Action Research/ PAR*) dengan pendekatan kualitatif. Subyek pengabdian adalah para pelaku Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah (UMKM) lokal yang bergerak di bidang makanan olahan, kerajinan tangan, dan pertanian organik. Pemilihan lokasi ini didasarkan pada potensi ekonomi desa yang besar namun belum maksimal memanfaatkan teknologi digital dalam promosi dan penjualan produk.

Proses pengorganisasian komunitas diawali dengan pemetaan awal melalui observasi lapangan dan diskusi terfokus (FGD) bersama tokoh masyarakat dan pelaku UMKM. Kegiatan ini bertujuan mengidentifikasi kebutuhan, kendala, dan harapan komunitas terhadap digitalisasi. Subjek dampingan dilibatkan aktif dalam perencanaan program melalui rapat desa dan musyawarah bersama tim pengabdian. Keterlibatan ini menciptakan rasa memiliki dan tanggung jawab terhadap keberhasilan program.

Sumber data terdiri dari data primer (wawancara mendalam, FGD, observasi partisipatif) dan data sekunder (dokumen desa, laporan UMKM, statistik pemerintah). Teknik analisis data menggunakan model interaktif Miles dan Huberman meliputi reduksi data, penyajian data, dan penarikan kesimpulan. Trianggulasi dilakukan melalui perbandingan data antar metode dan antar sumber untuk meningkatkan validitas hasil.

Metode yang digunakan dalam kegiatan ini melibatkan tiga tahap utama, yaitu:

1. Tahap perencanaan partisipatif
2. Tahap implementasi pelatihan digitalisasi promosi dan penjualan, dan
3. Tahap evaluasi dan refleksi. Pada setiap tahap, partisipasi aktif dari komunitas dampingan menjadi fokus utama strategi pemberdayaan.

Hasil Penelitian

Kegiatan pengabdian masyarakat yang dilaksanakan di Desa Gunungan, Kabupaten Magetan, diawali dengan tahap pendataan UMKM sebagai fondasi utama dalam merancang program pendampingan digitalisasi. Pendataan dilakukan secara langsung melalui kunjungan ke rumah atau tempat usaha pelaku UMKM oleh tim pengabdian, sementara perangkat desa dan tokoh masyarakat setempat berperan dalam memberikan dukungan informasi tanpa ikut turun langsung ke lapangan. Dari hasil pendataan, diperoleh data sebanyak 8 pelaku UMKM aktif yang bergerak di bidang pembuatan keripik pisang, kerajinan

tangan membuat tas, dan konveksi pakaian. Pendataan ini penting sebagai dasar penyusunan program digitalisasi yang sesuai dengan kebutuhan dan karakteristik masing-masing usaha. Seperti halnya yang dilakukan Kelompok 3 PKM IAI Ngawi melakukan kunjungan ke salah satu pelaku UMKM di sektor konveksi pakaian. Kegiatan ini bertujuan untuk memahami proses produksi, tantangan pemasaran, serta potensi pengembangan usaha melalui strategi digitalisasi.

Gambar 2. Kunjungan ke Konveksi



Proses pendataan juga mencatat berbagai tantangan yang dihadapi oleh pelaku UMKM, seperti rendahnya pemahaman tentang teknologi digital, terbatasnya akses terhadap perangkat digital (gadget/laptop), dan masih minimnya penggunaan media sosial sebagai alat promosi.

Data ini menunjukkan perlunya pendekatan edukatif yang bertahap agar digitalisasi dapat diterima secara efektif oleh para pelaku UMKM, terutama mereka yang berusia di atas 45 tahun dan sebelumnya belum pernah menggunakan platform digital secara aktif. Dari sisi kesiapan infrastruktur, sebagian besar UMKM sudah memiliki akses internet, meskipun tidak semua menggunakan untuk keperluan bisnis.

Menanggapi kondisi tersebut, tim pengabdian melakukan sosialisasi tentang pentingnya digitalisasi dalam pemasaran dan promosi usaha. Kegiatan sosialisasi dilaksanakan dalam bentuk interaktif melalui kunjungan langsung ke rumah para pelaku UMKM, dengan partisipasi aktif dari 8 pelaku usaha. Materi yang disampaikan meliputi pengenalan konsep digital marketing, manfaat kehadiran bisnis di internet, serta contoh-contoh kesuksesan UMKM yang telah menggunakan teknologi digital. Respons peserta cukup positif, ditandai dengan

munculnya berbagai pertanyaan seputar cara memulai promosi online dan bagaimana meningkatkan jangkauan pasar melalui internet.

Setelah sosialisasi, peserta diarahkan untuk mengikuti praktik langsung berupa pelatihan pembuatan akun Google Business Profile (Google Maps). Aktivitas ini dipilih karena platform ini memungkinkan pelaku UMKM menampilkan informasi usaha mereka seperti alamat, jam operasional, nomor kontak, hingga ulasan pelanggan secara gratis dan mudah dijangkau oleh konsumen lokal maupun luar daerah. Proses pendaftaran dilakukan menggunakan *smartphone* peserta dengan pendampingan langsung dari tim. Dalam satu sesi pelatihan, sebanyak 6 UMKM berhasil membuat dan mengaktifkan akun Google Maps secara mandiri.

Proses pembuatan akun Google Maps memunculkan antusiasme tersendiri dari para peserta. Mereka merasa bahwa kehadiran usaha mereka di Google akan memberikan nilai tambah terhadap kepercayaan pelanggan. Beberapa peserta bahkan langsung mendapatkan notifikasi dari Google bahwa akun bisnis mereka telah ditayangkan secara publik. Peserta juga diajarkan cara memperbarui informasi bisnis, menambahkan foto produk, serta meminta ulasan dari pelanggan. Aktivitas ini menjadi langkah awal yang strategis untuk mendorong *digital presence* pelaku UMKM secara berkelanjutan.

Selain manfaat teknis, kegiatan ini juga mendorong tumbuhnya kesadaran baru tentang pentingnya eksistensi digital dalam era ekonomi berbasis internet. Para pelaku UMKM mulai memahami bahwa teknologi bukan lagi sekadar pelengkap, melainkan bagian integral dari strategi bertahan dan berkembang di tengah kompetisi yang semakin ketat. Dampak awal dari kegiatan ini terlihat dari peningkatan jumlah pencarian bisnis UMKM di Google Search dan Google Maps dalam kurun waktu dua minggu setelah pelatihan dilakukan. Ini menunjukkan bahwa intervensi sederhana namun terarah dapat menghasilkan perubahan yang bermakna bagi pelaku UMKM di tingkat desa.

Pembahasan

Implementasi kegiatan pengabdian di Desa Gunung mengawali dari pendataan menyeluruh pelaku UMKM secara partisipatif hingga peluncuran akun Google Business Profile, yang membuka kesadaran akan pentingnya eksistensi digital. Proses ini mencerminkan pendekatan transformasi digital di konteks pedesaan yang menitikberatkan pada praktik langsung dan keterlibatan

komunitas (Nugroho et al., 2025a). Strategi ini selaras dengan tuntutan keberlanjutan digitalisasi UMKM di Indonesia, seperti yang ditemukan lewat tinjauan sistematis—digitalisasi UMKM meningkatkan jangkauan pasar, efisiensi operasional, dan profitabilitas, meski dihadapkan pada kendala keterbatasan sumber daya, literasi, dan infrastruktur (Singgih Purnomo & Nurchim, 2024). Dengan demikian, pelaksanaan digitalisasi berbasis komunitas terbukti relevan dalam membangun pondasi kapasitas digital yang adaptif.

Dampak perubahan mulai muncul melalui peningkatan visibilitas online dari UMKM Desa Gunungan, yang sebelumnya tidak dikenal secara digital. Aktivasi Google Business Profile membantu pelaku usaha tampil jelas di peta dan hasil pencarian, mendekatkan mereka dengan konsumen. Temuan ini konsisten dengan studi mengenai transformasi digital dalam UMKM Indonesia yang menunjukkan bahwa strategi dan kondisi pasar menjadi mediator dalam efektivitas digitalisasi (Prihandono et al., 2024). Transformasi ini juga menyalurkan dinamika baru dalam model usaha—dari offline-center ke hibryd digital—mengubah cara pelaku UMKM memandang pemasaran dan pertumbuhan usaha.

Dukungan dan komunikasi dengan masyarakat lokal menjadi faktor penentu kesuksesan. Keterlibatan PKK, perangkat desa, dan UMKM dalam dialog terbuka memperkuat komitmen kolektif, sesuai dengan teori pemberdayaan oleh partisipasi komunitas (Pugu et al., 2024). Responsifitas tokoh lokal menjadi kunci memperlancar adopsi teknologi, selaras dengan penelitian yang menyatakan responsiveness dan partisipasi komunitas sebagai pemicu pemberdayaan yang efektif dalam kerangka HRM desa (Satwika & Ahmad, 2024). Kolaborasi inklusif ini memperkuat akar sosial transformasi digital di level lokal.

Kerjasama lintas komunitas menunjukkan sinergi yang produktif antara tim pengabdian, pelaku UMKM, dan lembaga lokal (seperti BUMDes dan lembaga desa). Model semacam ini sesuai dengan rekomendasi bahwa transformasi UMKM pedesaan optimal bila didukung oleh multi-stakeholder collaboration (Rajagukguk & Rusadi, 2025). Pendekatan ini menghindari keterjebakan intervensi *top-down*, dan menjadikan pelaku lokal berperan aktif sebagai agen

perubahan, sebagaimana dicatat juga dalam studi transformatif UMKM yang menyorot pentingnya digital leadership di komunitas desa (Nugroho et al., 2025).

Secara keilmuan, hasil pengabdian ini menguatkan beberapa kerangka teoretis. Pertama, *Resource-Based View* (RBV) bahwa keterampilan digital dan kehadiran online merupakan aset strategis yang meningkatkan daya saing usaha. Kedua, teori *Diffusion of Innovation* (Rogers), di mana inisiator lokal (pionir digital) mempercepat adopsi teknologi di komunitas. Ketiga, pendekatan *Digital Rural Resilience*—keberhasilan digitalisasi dipengaruhi oleh infrastruktur, pelatihan literasi, dan kolaborasi stakeholders (Kosasih & Sulaiman, 2024). Semua ini menunjukkan bahwa intervensi terintegrasi bukan hanya memfasilitasi akses digital teknis, tetapi juga membangun ekosistem sosial pendukung transformasi. Mahasiswa PPM Kelompok 3 bersama pelaku UMKM lokal berpose sambil memperlihatkan hasil kerajinan tangan berupa tas anyaman. Upaya ini tidak hanya bertujuan meningkatkan keterampilan pembuatan produk, tetapi juga mendorong peningkatan daya jual melalui desain yang kreatif dan



fungsional. Selain itu, diharapkan mampu membuka peluang bagi pelaku UMKM untuk mengikat jaringan pasar yang lebih luas, baik secara offline maupun online.

Gambar 3. Kerajinan Tas

Literatur terkait menyatakan bahwa

digitalisasi transformasional harus disertai dengan pelatihan dan modal sosial agar inklusif secara ekonomi (Rajagukguk & Rusadi, 2025), serta menyarankan digital marketing, e-commerce, dan fintech sebagai peluang frontloader dalam UMKM (Saeka et al., 2024). Tinjauan tersebut menekankan pentingnya mentor dan dukungan keberlanjutan agar adopsi teknologi dapat diterjemahkan jadi pertumbuhan nyata. Hal ini tercermin dalam pengabdian yang juga memberi pendampingan lanjutan pasca peluncuran profil digital.

Namun tantangan tetap muncul, seperti kesenjangan infrastruktur dan literasi digital, terutama di daerah 30% yang baru mulai menggunakan teknologi

(Marketing & Communications, n.d.). Beberapa pelaku UMKM juga belum memiliki perangkat memadai atau keterampilan digital intensif. Ini selaras dengan temuan bahwa meski literasi meningkat, kesenjangan digital dan hambatan struktural masih menyulitkan UMKM pedesaan (Singgih Purnomo & Nurchim, 2024).

Secara keseluruhan, pembahasan ini menegaskan bahwa intervensi pengabdian berbasis pelibatan komunitas, pelatihan digital, dan kerjasama lokal dapat memicu transformasi sosial dan ekonomi dalam konteks UMKM pedesaan. Perubahan perilaku, munculnya pemimpin lokal digital, dan peningkatan visibilitas online adalah bentuk nyata dari budaya digital yang mulai terbentuk. Upaya ini membuka ruang untuk replikasi di desa-desa lain dengan modifikasi sesuai karakteristik lokal.

Penutup

Kegiatan pengabdian masyarakat yang dilaksanakan di Desa Gunungan, Kabupaten Magetan, memberikan kontribusi nyata dalam memperkuat kapasitas digital pelaku UMKM melalui pendekatan pemberdayaan berbasis komunitas. Proses pendataan pelaku UMKM, sosialisasi digitalisasi, pelatihan pembuatan akun Google Business Profile, serta pelibatan aktif komunitas menunjukkan bahwa digitalisasi tidak hanya tentang teknologi, tetapi juga transformasi sosial. Pelaku UMKM yang sebelumnya tidak terpetakan secara digital kini mulai dikenal secara lebih luas melalui platform online, yang memungkinkan peningkatan akses pasar dan kepercayaan konsumen.

Secara teoritis, kegiatan ini mengafirmasi konsep *Community-Based Empowerment* dan *Diffusion of Innovation* Rogers (2003), di mana transformasi dimulai dari agen-agen lokal yang diberi kapasitas untuk menyebarkan perubahan. Keberhasilan program juga membuktikan pentingnya dukungan sosial, kepemimpinan lokal, dan kolaborasi lintas sektor dalam menciptakan ekosistem digital yang berkelanjutan, sebagaimana disarankan oleh pendekatan *Digital Resilience* dalam pengembangan masyarakat pedesaan. Selaras dengan pernyataan tersebut pendekatan pemberdayaan yang kontekstual dan berbasis potensi lokal terbukti memberikan dampak jangka panjang dalam berbagai sektor, termasuk pengelolaan lingkungan dan ekonomi komunitas. Keselarasan

program pemberdayaan dengan prioritas desa dan modal sosial yang ada menjadi kunci keberhasilan, prinsip ini juga relevan dalam digitalisasi UMKM yang harus disesuaikan dengan konteks lokal dan karakteristik sosial masyarakat desa (Dewi Susilo Reni & Eko Prasetyo, 2025).

Rekomendasi dari kegiatan ini mencakup perlunya pendampingan berkelanjutan dalam bentuk klinik digital desa untuk memastikan keberlanjutan praktik digital yang telah diperkenalkan. Selain itu, pemerintah daerah dan perguruan tinggi diharapkan dapat bersinergi dalam membentuk program pelatihan berjenjang yang menyesuaikan tingkat literasi digital masyarakat. Penguatan infrastruktur, integrasi sistem informasi desa, serta insentif untuk pelaku UMKM yang aktif memanfaatkan platform digital juga penting untuk mempercepat inklusi digital di wilayah pedesaan.

Dengan demikian, pengabdian ini tidak hanya menghasilkan output teknis, tetapi juga menumbuhkan kesadaran kolektif akan pentingnya literasi digital dalam meningkatkan kesejahteraan dan daya saing masyarakat desa di era transformasi digital yang semakin cepat.

Acknowledgements

Kelompok 3 PPM Institut Agama Islam Ngawi menyampaikan ucapan terima kasih yang sebesar-besarnya kepada Lembaga Penelitian dan Pengabdian kepada Masyarakat (LPPM) Institut Agama Islam Ngawi yang telah memberikan dukungan dan fasilitas dalam pelaksanaan kegiatan pengabdian masyarakat ini. Dukungan ini menjadi fondasi penting bagi terselenggaranya program yang bertujuan untuk meningkatkan kapasitas digital pelaku UMKM di Desa Gunungan.

Ucapan terima kasih juga disampaikan kepada Pemerintah Kabupaten Magetan, Bappeda Litbang Magetan, Kepala Desa Gunungan berikut seluruh perangkat Desa Gunungan, atas kerjasama dan partisipasi aktif selama proses pelaksanaan program berlangsung. Keterbukaan dan semangat kolaboratif dari pihak desa telah menciptakan suasana yang kondusif bagi keberhasilan program pendampingan ini.

Apresiasi yang tinggi diberikan kepada seluruh pelaku UMKM di Desa Gunungan yang telah menunjukkan antusiasme luar biasa dalam mengikuti pelatihan, sosialisasi, serta praktik langsung digitalisasi usaha mereka. Semangat

belajar dan keterlibatan aktif mereka menjadi motivasi tersendiri bagi tim pelaksana untuk terus mengembangkan program serupa di masa depan.

Kami juga menyampaikan terima kasih kepada para dosen pembimbing, seluruh mahasiswa KKN, serta relawan yang terlibat dalam tim pelaksana kegiatan ini atas dedikasi dan kerja keras mereka selama proses pendampingan. Kontribusi yang diberikan tidak hanya terlihat pada aspek teknis, tetapi juga dalam membangun komunikasi yang baik dan menumbuhkan kepercayaan dengan masyarakat Desa Gunungan.



Gambar 4. Kelompok 3 PPM Institut Agama Islam Ngawi

Akhir kata, ucapan terima kasih kami sampaikan kepada semua pihak lain yang tidak dapat disebutkan satu per satu, namun telah memberikan dukungan moral, material, maupun pemikiran demi kelancaran dan kesuksesan kegiatan ini.

Daftar Pustaka

- Azizah, N., Ramadani, R., & Wulandari, F. (2022). Digital marketing training to empower SMEs in rural areas: Case study in East Java. *Jurnal Abdimas*, 5(2), 120–128. <https://doi.org/10.22219/jab.v5i2.12789>
- Barney, J. (1991). Firm resources and sustained competitive advantage. *Journal of Management*, 17(1), 99–120. <https://doi.org/10.1177/014920639101700108>
- Dewi Susilo Reni, & Eko Prasetyo. (2025). Community Empowerment through Waste Bank Program as an Eco-Centric Approach to Environmental Management in Jururejo Village, Ngawi Subdistrict. *Indonesia Journal for Community Service and Empowerment*, 1(1), 31–37. <https://doi.org/10.59966/53tz5z54>

- Kosasih, I., & Sulaiman, E. (2024). Digital transformation in rural settings: Unlocking opportunities for sustainable economic growth and community empowerment. *ResearchGate*. <https://www.researchgate.net>
- Marketing & Communications. (n.d.). *Indonesia Rural Digital Inclusion: A Quiet Revolution*. Market Research Indonesia. <https://marketresearchindonesia.com/insights/articles/indonesia-rural-digital-inclusion-revolution>
- Nugroho, C., Wulandari, A., Maulana, D., Rina, N., & Kalaloi, A. F. (2025a). Digital communication and literacy for MSME empowerment: Evidence from a rural digital village in Indonesia. *International Journal of Innovative Research and Scientific Studies*, 8(3), 4523–4535. <https://www.researchgate.net>
- Nugroho, C., Wulandari, A., Maulana, D., Rina, N., & Kalaloi, A. F. (2025b). Digital communication and literacy for MSME empowerment: Evidence from a rural digital village in Indonesia. *International Journal of Innovative Research and Scientific Studies*, 8(3), 4523–4535. <https://doi.org/10.53894/ijirss.v8i3.7544>
- Prasetyo, E., & Reni, D. S. (2025). Pelatihan Teknik Mewarnai untuk Meningkatkan Kompetensi Guru PAUD di Kecamatan Kasreman. *BERBAKTI; Jurnal Pengabdian Kepada Masyarakat*, 01(04), 179–185.
- Prasetya, E., Rohma, A. F., Ariyanto, A. D., Lestari, A., Fauzi, A., Mubarakah, B. U., Wardhani, D. P., Pradana, F. W., Thoyyibah, I., Kasanah, J. N., Kilastia, M., Nurokhim, N., Ni'am, R. A., & Restiana, V. (2023). Pentingnya Penyuluhan Sertifikasi Halal Bagi Pelaku Usaha Mikro Dan Kecil Di Desa Panggung Kecamatan Barat. *ABDIANDAYA: Jurnal Pengabdian Dan Pemberdayaan Masyarakat*, 1(2), 135–151. <https://doi.org/10.56997/abdiandaya.v1i2.1018>
- Pratama, D., & Yulianti, E. (2022). Pengaruh pelatihan digital marketing terhadap peningkatan omzet UMKM. *Jurnal Ekonomi Dan Bisnis*, 15(1), 87–96. <https://doi.org/10.20473/jeb.v15i1.3084>
- Prihandono, D., Pandu Wijaya, A., Wiratama, B., Prananta, W., & Widia, S. (2024). Digital transformation to enhance Indonesian SME performance: Exploring the impact of market competition and digital strategy. *Problems and Perspectives in Management*, 22(2), 103–113. [https://doi.org/10.21511/ppm.22\(2\).2024.09](https://doi.org/10.21511/ppm.22(2).2024.09)

- Pugu, M. R., Silamat, E., & Ekasari, S. (2024). VILLAGE EMPOWERMENT THROUGH SOCIALIZATION OF MICRO, SMALL, AND MEDIUM ENTERPRISES (MSMEs)": LITERATURE REVIEW. *Journal of Community Dedication*, 4(4), 811–825.
- Rajagukguk, D. L., & Rusadi, U. (2025). Digitalization and globalization: Transformation of UMKM in the digital era. *Journal of Social Political Sciences*, 6(1). <https://e-journal.unas.ac.id>
- Riyadi, T., & Nurhadi, E. (2021). Efektivitas program digitalisasi UMKM oleh pemerintah. *Jurnal Administrasi Publik*, 18(2), 230–240. <https://doi.org/10.31289/jap.v18i2.3542>
- Rogers, E. M. (2003). *Diffusion of innovations* (5th ed.). Free Press.
- Saeka, S., Studi Manajemen, P., Tinggi Ilmu Ekonomi Enam Enam Kendari, S., & Corresponding Authors, I. (2024). Evolution of Digital Marketing Strategy in UMKM: Case Study on Business Sustainability. *Journal of Community Service and Rural Development*. 2024, 1(2). <https://businessandfinanceanalyst.com>
- Satwika, W. R. Y. D. G. R., & Ahmad, W. G. N. I. S. A. (2024). Does Rural Development Enable Community Empowerment? Evidence from Village Fund in Indonesia. *Pakistan Journal of Life and Social Sciences (PJLSS)*, 22(1). <https://doi.org/10.57239/PJLSS-2024-22.1.00453>
- Singgih Purnomo, N., & Nurchim. (2024). Digital Transformation of Smart Village: A Systematic Literature Review. *Procedia Computer Science*, 239(2), 1336–1343. <https://doi.org/10.1016/j.procs.2024.06.304>
- Widodo, A., Affandi, L. H., Indraswati, D., & Hidayati, V. R. (2022). *Pelatihan teknik parafrase untuk mengurangi tingkat plagiasi dalam penulisan karya tulis ilmiah bagi mahasiswa pgsd universitas mataram*. 6, 1888–1893.