

## PEMBERDAYAAN EKONOMI DIGITAL SEBAGAI SARANA PROMOSI BAGI PELAKU UMKM DUSUN KALANGAN

Haifah Nabilatul Azizah\*<sup>1</sup>, Qurotul Aini<sup>2</sup> dan Nur Kholidah<sup>3</sup>

<sup>1,2</sup>STAI Syubannul Wathon

<sup>3</sup>Universitas Muhammadiyah Pekajangan Pekalongan

\*e-mail : [Haifahazizah16@gmail.com](mailto:Haifahazizah16@gmail.com)

### Abstract

*The digital economy has had a positive influence on SMMEs actors. The impact of the development of the digital economy has become a forum for carrying out various kinds of economic transactions during the new normal era. However, there are still limited information and knowledge of the digital economy as a sales medium in the hamlet. Therefore, community service activities are needed in the form of assistance, especially for artisans and MSME actors in order to increase awareness of utilizing the digital economy, the mentoring method used is the PAR (Participatory action research) method. Thus, in the process of community service, the team is involved in a participatory manner among the community to encourage awareness related to the digital economy. After the service was carried out, the community became enthusiastic because it added knowledge about the digital economy by implementing the digital economy in its sales media.*

**Keywords:** *Digital Economy, New Normal, Dusun Kalangan*

### Abstrak

Ekonomi digital telah memberikan pengaruh positif terhadap para pelaku UMKM. Dampak perkembangan ekonomi digital menjadi wadah dalam melakukan berbagai macam transaksi ekonomi saat era new normal. Namun di Dusun kalangan masih keterbatasan akan informasi dan pengetahuan tentang ekonomi digital sebagai media penjualan. Oleh karena itu diperlukan kegiatan pengabdian kepada masyarakat berupa pendampingan khususnya para pengrajin dan pelaku UMKM agar meningkatkan kesadaran untuk memanfaatkan ekonomi digital, metode pendampingan yang digunakan adalah metode PAR (Participatory action research). Dengan demikian dalam proses pengabdian tim terlibat secara partisipatif diantara masyarakat untuk mendorong terjadi kesadaran terkait ekonomi digital. Setelah pengabdian itu dilaksanakan masyarakat menjadi antusias karena menambah pengetahuan tentang ekonomi digital dengan menerapkan ekonomi digital dalam media penjualannya.

**Kata Kunci:** *Ekonomi Digital, New Normal, Dusun Kalangan*

## 1. PENDAHULUAN

Pesatnya perkembangan teknologi dalam dunia digital yang berdampak pada dunia ekonomi, menyebabkan perubahan dan pengaruh terhadap kehidupan manusia khususnya teknologi digital. Teknologi digital mampu memberikan pengetahuan pada kegiatan perekonomian. Berbicara mengenai teknologi digital

mulai banyak digunakan masyarakat sebagai kebutuhan sehari-hari. Di era *new normal* saat ini mengharuskan masyarakat untuk melakukan gaya hidup baru terutama pada kegiatan perekonomian yang sudah memasuki era revolusi industri 4.0. Hal ini berpengaruh pada kemajuan teknologi, termasuk ekonomi digital. Pengaruh perkembangan ini menyebabkan berbagai bentuk transaksi ekonomi dilakukan secara jarak jauh dengan memanfaatkan teknologi (Nizar & Sholeh, 2021).

Pekembangan ekonomi digital di Indonesia sangat pesat dari sisi Infrastruktur, infrastruktur yang dibangun oleh Indonesia telah dimanfaatkan secara merata keseluruh Indonesia dengan penyediaan akses internet yang bertujuan memberikan layanan kepada masyarakat. Adanya ekonomi digital sangat berpengaruh besar terhadap perkembangan ekonomi nasional sebagai transaksi ekonomi, komponen ekonomi digital berhasil mengembangkan ilmu pengetahuan dengan menciptakan alat dan metode pengolahan untuk menyelesaikan permasalahan dan pekerjaan manusia sehari-hari dengan berbagai sektor berupa informasi internet (Maria & Widayati, 2020). Ekonomi digital dapat membuat perkembangan bisnis terus berkembang di berbagai jenis dan sektor khususnya bidang perekonomian. Dengan begitu ekonomi digital berdampak pada sikap dan perilaku pengguna media sosial dalam melakukan transaksi ekonomi (Idat, 2019). Akan tetapi ekonomi digital belum dimanfaatkan oleh masyarakat Dusun Kalangan, Candisari, Secang, Magelang khususnya pelaku UMKM.

Dusun Kalangan terletak di desa Candisari, Kecamatan Secang, Kabupaten Magelang yang memiliki potensi pada segi ekonomi. Masyarakat Dusun Kalangan sebagian besar pengrajin anyaman dan pelaku UMKM, mata pencaharian penduduk Dusun Kalangan mayoritas adalah pengrajin anyaman. Oleh karena itu masyarakat sering bekerja di dalam rumah. Setelah melakukan riset dan analisis terhadap beberapa pengrajin anyaman dan pelaku UMKM di Dusun Kalangan seperti pengusaha kelinci, madu, anyaman, batu bata, ayam potong, penjahit, dan lele dilihat bahwa kondisi masyarakat masih tertinggal akan teknologi digital. Permasalahan lain yang timbul saat pandemi covid-19 membuat para pengrajin dan pelaku UMKM belum mampu menciptakan kondisi ekonomi yang mapan, banyak yang mengeluh mengalami penurunan produksi karena penjualan menurun yang diakibatkan adanya pandemi covid-19. Berbagai upaya dilakukan untuk meningkatkan penjualan akan tetapi masyarakat Dusun Kalangan belum paham akan teknologi digital. Maka diperlukan upaya yang dapat meningkatkan kembali penjualan di era *new normal* saat ini. Mayoritas masyarakat Dusun Kalangan belum memanfaatkan teknologi digital termasuk ekonomi digital yang bisa digunakan untuk pengembangan kegiatan usaha pada UMKM melalui pengenalan ekonomi digital.

Pendampingan Sosialisasi Pengenalan ekonomi digital merupakan upaya yang efektif dilakukan untuk memudahkan pelaku UMKM melakukan kegiatan penjualan secara online dengan memanfaatkan berbagai sarana seperti jejaring sosial. Adanya pendampingan sosialisasi pengenalan ekonomi digital mampu meningkatkan nilai ekonomi bagi pelaku UMKM di era *new normal* di Dusun Kalangan. Sektor ekonomi digital yang mengalami pertumbuhan sangat pesat adalah *e-commerce*, menurut Kasmi & Candra (2017). *e-commerce* merupakan cara pembelian dan penjualan suatu barang secara online melalui internet. Banyak orang yang

mendapatkan kemudahan manfaat dengan berbisnis melalui media sosial. *E-commerce* merupakan teknologi, aplikasi jejaring sosial dan proses bisnis yang menghubungkan perusahaan dan konsumen melalui transaksi elektronik dengan fokus pada transaksi bisnis. Menurut Dinda (2018), Shoppe, Lazada, tokopedia, Bukalapak, Blibli, twitter, facebook dan instagram merupakan platform *e-commerce* yang dijadikan pasar oleh pelaku UMKM yang digunakan untuk bertransaksi jual beli secara online.

Transaksi ekonomi elektronik belum sepenuhnya dilaksanakan oleh masyarakat dusun kalangan, padahal Adanya teknologi melalui media sosial dengan media penjual sebagai transaksi ekonomi dapat mempermudah masyarakat untuk mengakses pelayanan atau merancang bisnis dengan langkah pengambilan keputusan dalam melakukan transaksi ekonomi. Dari kondisi ini maka sebagai akademisi, berkewajiban membantu masyarakat dalam pemanfaatan ekonomi digital melalui pendampingan sosialisasi pengenalan ekonomi digital dan monitoring penggunaan media sosial untuk pelaku UMKM di dusun Kalangan.

## 2. METODE

Jenis penelitian yang digunakan adalah metode kualitatif. Menurut Wibowo (2018) metode penelitian kualitatif adalah metode penelitian yang digunakan untuk meneliti objek secara alamiah berkaitan dengan kejadian atau fenomena yang terjadi dalam kehidupan sehari-hari atau dari peristiwa spesifik yang dialami oleh individu atau kelompok. Teknik pengumpulan data dilakukan secara gabungan, analisis data bersifat induktif/kualitatif, dan hasil penelitian kualitatif lebih menekankan makna daripada generalisasi. Data yang digunakan diperoleh dari observasi langsung terhadap situasi dan kondisi, wawancara dan dokumentasi terhadap pengrajin dan pelaku UMKM dusun Kalangan.

Pendekatan yang dilakukan dalam penelitian ini adalah PAR (*Participatory action research*) yang dimaksudkan untuk melihat, mendengar, sekaligus memahami gejala sosial yang ada di masyarakat. Menurut Noviana (2010) PAR merupakan penelitian yang melibatkan secara aktif semua pihak-pihak yang relevan (*stakeholders*) dalam mengkaji tindakan yang sedang berlangsung (dimana pengalaman mereka sendiri sebagai persoalan) dalam rangka melakukan perubahan dan perbaikan ke arah yang lebih baik. Dengan demikian ciri utama dalam metode PAR adalah adanya keterlibatan masyarakat secara aktif. Keterlibatan secara aktif diperlukan agar dapat mewujudkan perubahan sosial (Azhari et.al, 2020). Dengan pendekatan PAR, dilakukan program pendampingan sosialisasi pengenalan ekonomi digital. Metode PAR memiliki tiga variabel kunci yaitu, *Research* (penelitian), *Action* (aksi), *Participatory*. Sedangkan berdasarkan urutan metodologi kerja PAR ketiga variabel tersebut adalah sebagai berikut :

- a. *Research* (Penelitian), tahap ini merupakan tahapan penelitian tentang permasalahan-permasalahan yang dihadapi masyarakat sehingga permasalahan tersebut bisa diketahui dengan jelas sebab dan akibatnya (Rahmat & Mirnawati, 2020).
- b. *Action* (Aksi), setelah mengetahui masalah-masalah yang terjadi secara mendetail, maka langkah kedua yaitu pencarian alternatif untuk memecahkan

masalah tersebut, yang kemudian diterapkan kedalam beberapa program kerja yang akan dilaksanakan (Kuntoro, 1994).

- c. *Participatory*, kedua poin diatas dilaksanakan secara partisipatoris, artinya dengan melibatkan seluruh komponen masyarakat dalam melakukan identifikasi masalah serta tehnik pemecahannya secara bersama-sama (Muhtarom, 2018).

### 3. PEMBAHASAN

Kegiatan pengabdian kepada masyarakat dengan pendampingan sosialisasi pengenalan ekonomi digital pada media sosial di dusun kalangan dilaksanakan melalui beberapa tahap berdasarkan urutan metodologi kerja PAR ketiga variabel tersebut dirumuskan sebagai berikut:

- a. *Research* (Penelitian)

Kegiatan awal pada penelitian adalah melakukan observasi langsung ke lokasi pengabdian yaitu dusun kalangan mengenai sektor ekonomi dengan melihat kondisi yang sesungguhnya dialami oleh para pengrajin dan pelaku UMKM. Keterbatasan informasi dan pengetahuan yang menyebabkan terlambatnya pencapaian tujuan dalam pengembangan usaha. Berdasarkan hasil observasi yang telah dilakukan diperoleh informasi tentang kendala-kendala yang muncul yaitu minimnya pengetahuan akan teknologi digital ditandai dengan mayoritas masyarakat yang hanya pengrajin anyaman dan beberapa pelaku UMKM yang belum memanfaatkan ekonomi digital sebagai media penjualan. Hal tersebut dimungkinkan terjadi karena kurangnya pengetahuan dan pendidikan yang masih rendah di dusun kalangan ini. Selain itu kurangnya pendampingan kepada masyarakat terkait ekonomi digital juga merupakan salah satu faktor utama yang menyebabkan masyarakat masih sulit untuk mengembangkan usahanya.

- b. *Action* (Aksi)

Setelah mengetahui kendala-kendala yang terjadi pada para pengrajin dan pelaku UMKM, peneliti melakukan penyusunan program kerja. Pendampingan sosialisasi pengenalan ekonomi digital kepada masyarakat khususnya para pengrajin dan pelaku UMKM akhirnya muncul sebagai alternatif pemecahan masalah dalam kegiatan usahanya. Pendampingan sosialisasi pengenalan ekonomi digital dilaksanakan untuk membantu mensosialisasikan terkait ekonomi digital pada era *new normal* seperti pengenalan *e-commerce* yaitu Shoppe, Lazada, tokopedia, Bukalapak, Blibli, twitter, facebook dan instagram merupakan platform *e-commerce* yang dijadikan pasar oleh pelaku UMKM yang digunakan untuk bertransaksi jual

beli secara online, mengajak para pengrajin dan pelaku UMKM untuk memanfaatkan teknologi digital sebagai media penjualan pada bisnis usahanya. Hal ini meningkatkan kesadaran bagi masyarakat untuk tetap memanfaatkan teknologi. Pendampingan sosialisasi pengenalan ekonomi digital ini dimaksudkan untuk memudahkan para pengrajin dan pelaku UMKM dalam kegiatan usahanya dengan menggunakan *e-commerce* dalam media penjualannya. Serta memberikan pemahaman tentang ekonomi digital mampu meningkatkan kemampuan seseorang melalui teknologi untuk meningkatkan jenis produksi dan usaha yang dikelolanya. Selain itu dengan adanya media sosial mampu dengan mudah memperoleh informasi dan bertransaksi langsung dengan jarak jauh serta mempermudah dalam melakukan transaksi ekonomi yang menguntungkan bagi pelaku ekonomi yang menggunakan sistem transaksi saat ini.

c. *Participatory* (Partisipasi)

Untuk mengaplikasikan program yang telah direncanakan, tahap awal telah melakukan musyawarah dengan pihak remaja dusun kalangan dengan program pendampingan sosialisasi pengenalan ekonomi digital. Kemudian dilanjutkan dengan mengundang pemateri untuk ikut mendampingi sosialisasi tersebut yaitu bapak Solakhuddin yang memberikan beberapa informasi dan pengetahuan akan pentingnya ekonomi digital bagi para pelaku usaha. Setelah itu melakukan observasi dan wawancara terhadap para pengrajin dan pelaku UMKM.

Setelah adanya observasi dan wawancara dengan cara *door to door* pada beberapa rumah pengrajin dan pelaku UMKM. Adapun kegiatan pendampingan sosialisasi pengenalan ekonomi digital dilaksanakan pada hari rabu, 1 september 2021 pukul 13.00 WIB - selesai. Kegiatan yang dilakukan dalam pendampingan sosialisasi tersebut dijelaskan secara langsung oleh bapak solakhuddin dengan melakukan penjelasan terkait pengertian dan macam-macam ekonomi digital, keuntungan adanya ekonomi digital, peluang yang harus dimanfaatkan saat era *new normal* dan pentingnya ekonomi digital saat menghadapi era *new normal*. Pada saat proses pendampingan sosialisasi kami juga memberikan motivasi terhadap para pengrajin dan pelaku UMKM agar tetap memanfaatkan teknologi saat pandemi covid 19. Dari pendampingan sosialisasi tersebut, pengabdian sangat berharap akan ada manfaat yang dirasakan para pengrajin dan pelaku UMKM di Dusun Kalangan. Hal ini dibuktikan dengan melakukan wawancara setelah dilakukan kegiatan pendampingan sosialisasi tersebut.



(1.a)



(1.b)



(2.a)



(2.b)

Gambar 1 Sosialisasi Pengenalan Ekonomi Digital

Gambar 2.a Observasi dan Wawancara Pengusaha Kelinci

Gambar 1.b Observasi dan Wawancara Pengrajin Anyaman.

Gambar 2.a dan 2b Pendampingan Pengenalan Ekonomi Digital

#### 4. KESIMPULAN

Dari pembahasan diatas dapat disimpulkan bahwa masyarakat dusun kalangan memiliki keterbatasan dalam informasi dan pengetahuan tentang ekonomi digital sehingga kesulitan mengembangkan usahanya. Adapun setelah dilakukan kegiatan pengabdian kepada masyarakat ini menghasilkan simpulan bahwa :

1. Kegiatan pengabdian kepada masyarakat dalam bentuk pendampingan sosialisasi pengenalan ekonomi digital di Dusun Kalangan, dimana semua pihak yang terlibat sangat antusias dan berperan aktif dalam kegiatan tersebut.
2. Kegiatan pengabdian kepada masyarakat menghasilkan beberapa *output* yaitu
  - a) Peningkatan pengetahuan para pengrajin dan pelaku UMKM tentang pentingnya penerapan ekonomi digital.
  - b) adanya media sosial mampu dengan mudah memperoleh informasi dan bertransaksi langsung dengan jarak jauh.
  - c) Meningkatkan kesadaran para pengrajin dan pelaku UMKM

untuk memanfaatkan ekonomi digital sebagai media penjualan. d) memudahkan para pengrajin dan pelaku UMKM dalam kegiatan usahanya dengan menggunakan *e-commerce*. e) mampu meningkatkan kemampuan seseorang melalui teknologi untuk meningkatkan jenis produksi dan usaha yang dikelolanya. f) mempermudah dalam melakukan transaksi ekonomi yang menguntungkan bagi pelaku ekonomi yang menggunakan sistem transaksi saat ini.

### UCAPAN TERIMA KASIH

Penulis mengucapkan terima kasih kepada segenap masyarakat khususnya remaja dusun kalangan yang telah memberikan dukungan dan bantuannya dalam penelitian ini. Saya ucapkan banyak terima kasih juga kepada Dosen pembimbing lapangan yang selalu memberikan suport dan motivasi kepada kami.

### DAFTAR PUSTAKA

- Azhari, W., Purwanto., Yanuar A.R., Pudail, M. (2020). Pemberdayaan Masyarakat Melalui Pelatihan Desain Grafis di Balai Latihan Kerja Komunitas Pesantren Pada Masa Pandemi Covid-19. *Logista: Jurnal Ilmiah Pengabdian kepada Masyarakat*, 4(2), 487-493
- Idat, D.G. (2019). Memanfaatkan Era Ekonomi Digital untuk Memperkuat Ketahanan Nasional. *Jurnal Kajian Lemhannas*, 38(Juni), 5-11.
- Kasmi, K., & Candra, A. N. (2017). Penerapan E-Commerce Berbasis Business To Consumers Untuk Meningkatkan Penjualan Produk Makanan Ringan Khas Pringsewu. *Jurnal AKTUAL*, 15(2), 109. <https://doi.org/10.47232/aktual.v15i2.27>
- Kuntoro, A. (1994). Action Reaserch: Metode Pengembangan dan Partisipasi. *Cakrawala Pendidikan*, 13(2), 147-158.
- Maria, N. S. B., & Widayati, T. (2020). Dampak Perkembangan Ekonomi Digital terhadap Perilaku Pengguna Media Sosial dalam Melakukan Transaksi Ekonomi. *Jurnal Konsep Bisnis Dan Manajemen*, 6(2), 234-239. <https://doi.org/10.31289/jkbn.v6i2.3801>
- Muhtarom, A. (2019). Participation Action Research dalam Membangun Kesadaran Pendidikan Anak di Lingkungan Perkampungan Transisi Kota. *Dimas: Jurnal Pemikiran Agama untuk Pemberdayaan*, 18(2), 259-278.
- Nizar, N. I., & Sholeh, A. N. (2021). Peran Ekonomi Digital Terhadap Ketahanan dan Pertumbuhan Ekonomi Selama Pandemi COVID-19. *Jurnal Madani: Ilmu Pengetahuan, Teknologi, Dan Humaniora*, 4(1), 87-99. <https://doi.org/10.33753/madani.v4i1.163>
- Noviana, I. (2010). Participatory action research: Peningkatan kesadaran masyarakat untuk menjadikan lingkungan yang bebas narkoba (Studi kasus di Komplek Permata, Jakarta Barat. In *Jurnal Penelitian dan Pengembangan Kesejahteraan Sosial* 15 (3), 208-218.
- Rahmat, A., & Mirnawati, M. (2020). Model Participation Action Research Dalam Pemberdayaan Masyarakat. *Aksara: Jurnal Ilmu Pendidikan Nonformal*, 6(1), 62. <https://doi.org/10.37905/aksara.6.1.62-71.2020>

Wibowo, E. W. (2018). Analisis Ekonomi Digital Dan Keterbukaan. *Jurnal Lentera Bisnis*, 7(2), 66-80

Yuliani dinda. (2018). Perbandingan Pertumbuhan Ekonomi Digital Indonesia Dan China Dalam Bidang E-Commerce. *Jurnal Ekonomi dan Bisnis*. 1-22.