

Transformasi Digital UMKM Sebagai Strategi Inovasi Dan Peningkatan Daya Saing Di Era Industri 4.0

Rudi Kurniawan^{1*}, Tati Suprapti², Achmad Fikri³, Aditia⁴

^{1,2,3,4}Program Studi Teknik Informatika, STMIK IKMI Cirebon, Cirebon, Indonesia

Email: ^{1*}rudikurniawan.ikmi@gmail.com, ²tatisuprapti.ikmi@gmail.com, ³achmadfikri.ikmi@gmail.com,

⁴aditia.ikmi@gmail.com.

(* : rudikurniawan.ikmi@gmail.com)

Abstrak – Pelaku Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah (UMKM) memiliki peran krusial dalam perekonomian lokal, namun sering menghadapi tantangan dalam pemasaran dan pengelolaan keuangan. Kurangnya pengetahuan dan keterampilan dalam strategi pemasaran serta akuntansi menyebabkan keterbatasan jangkauan pasar dan kurangnya efisiensi dalam pengelolaan bisnis. Penelitian ini bertujuan untuk memberdayakan UMKM melalui transformasi digital guna meningkatkan inovasi dan daya saing di era industri 4.0. Metode yang digunakan dalam penelitian ini meliputi pelatihan digital marketing dan sistem akuntansi berbasis teknologi bagi pelaku UMKM di Kecamatan Tarikolot. Hasil menunjukkan bahwa penerapan teknologi digital, seperti pemasaran daring dan penggunaan aplikasi akuntansi, dapat meningkatkan efisiensi bisnis dan memperluas pasar UMKM. Dengan adanya transformasi digital, UMKM lebih adaptif terhadap perubahan tren pasar serta mampu bersaing dengan usaha yang lebih besar. Studi ini menegaskan bahwa dukungan dalam bentuk edukasi dan implementasi teknologi sangat penting untuk meningkatkan daya saing UMKM secara berkelanjutan..

Kata Kunci: UMKM, Transformasi Digital, Inovasi, Daya Saing, Industri 4.0

Abstract – *Micro, Small and Medium Enterprises (MSMEs) play a crucial role in the local economy, but often face challenges in marketing and financial management. Lack of knowledge and skills in marketing strategies and accounting leads to limited market reach and lack of efficiency in business management. This research aims to empower MSMEs through digital transformation to increase innovation and competitiveness in the industry 4.0 era. The methods used in this research include training on digital marketing and technology-based accounting systems for MSME players in Tarikolot District. The results show that the application of digital technology, such as online marketing and the use of accounting applications, can improve business efficiency and expand the MSME market. With digital transformation, MSMEs are more adaptive to changing market trends and able to compete with larger businesses. This study confirms that support in the form of education and technology implementation is essential to sustainably improve the competitiveness of MSMEs.*

Keywords: *MSMEs, Digital Transformation, Innovation, Competitiveness, Industry 4.0*

1. PENDAHULUAN

1.1 Analisis Situasi

Situasi awal yang menjadi latar belakang kegiatan pengabdian kepada masyarakat ini adalah rendahnya pemanfaatan teknologi digital oleh pelaku Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah (UMKM) dalam menjalankan bisnis mereka. Meskipun UMKM memiliki peran penting dalam perekonomian Indonesia—berkontribusi sekitar 60,5% terhadap PDB nasional dan menyerap lebih dari 97% tenaga kerja (Kemenkop UKM, 2023)—banyak pelaku usaha yang masih menghadapi tantangan dalam beradaptasi dengan era Industri 4.0

Salah satu masalah utama yang dihadapi oleh UMKM adalah rendahnya literasi digital. Berdasarkan data Kementerian Koperasi dan UKM, pada tahun 2022 hanya sekitar 30% dari total 64 juta UMKM di Indonesia yang telah memanfaatkan platform digital untuk memasarkan produk mereka. Padahal, digitalisasi dapat meningkatkan daya saing dan inovasi melalui berbagai aspek, seperti pemasaran online, penggunaan sistem keuangan digital, serta pemanfaatan big data untuk analisis pasar.

Selain itu, pandemi COVID-19 juga menjadi faktor pendorong penting bagi transformasi digital UMKM. Data Bank Indonesia menunjukkan bahwa selama pandemi, transaksi digital meningkat hingga 60%, dan UMKM yang telah beralih ke digital lebih mampu bertahan dibandingkan yang masih mengandalkan cara konvensional. Namun, banyak pelaku usaha yang

masih mengalami kesulitan dalam mengadopsi teknologi, terutama karena keterbatasan pengetahuan dan akses terhadap infrastruktur digital.

Oleh karena itu, kegiatan pengabdian kepada masyarakat ini bertujuan untuk memberdayakan UMKM melalui transformasi digital, dengan memberikan pelatihan dan pendampingan dalam pemanfaatan teknologi untuk meningkatkan inovasi serta daya saing mereka. Dengan adanya program ini, diharapkan UMKM dapat lebih siap menghadapi tantangan di era digital dan mampu bersaing di pasar yang semakin kompetitif.

1.2 Permasalahan Mitra

Permasalahan utama yang dihadapi oleh mitra, yaitu pelaku Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah (UMKM), dalam menghadapi transformasi dapat diidentifikasi sebagai berikut:

1. Rendahnya Literasi Digital

Banyak pelaku UMKM belum memiliki pemahaman yang cukup tentang teknologi digital, baik dalam pemasaran, manajemen bisnis, maupun penggunaan sistem keuangan digital. Berdasarkan data Kementerian Koperasi dan UKM (2022), hanya 30% UMKM yang sudah menggunakan platform digital, sementara sisanya masih mengandalkan metode konvensional. Hal ini membuat mereka kesulitan menjangkau pasar yang lebih luas.

2. Keterbatasan Infrastruktur dan Akses Teknologi

Sebagian besar UMKM, terutama yang berada di daerah terpencil, mengalami kendala dalam akses internet yang stabil serta perangkat teknologi yang memadai. Tanpa infrastruktur yang memadai, proses digitalisasi menjadi lebih sulit dan tidak efektif.

3. Kesulitan dalam Mengelola Keuangan Secara Digital

Banyak UMKM masih menggunakan metode pencatatan manual, sehingga sulit untuk melakukan analisis keuangan yang akurat. Minimnya penggunaan aplikasi keuangan atau sistem akuntansi digital menyebabkan mereka kesulitan dalam mengatur arus kas, menghitung laba-rugi, serta mendapatkan akses pembiayaan dari bank atau investor.

4. Persaingan yang Semakin Ketat

Di era digital, UMKM tidak hanya bersaing dengan bisnis lokal tetapi juga dengan perusahaan besar dan pelaku usaha global yang lebih dulu menguasai teknologi. Tanpa inovasi yang berkelanjutan, UMKM berisiko tertinggal dan kehilangan pangsa pasar.

5. Kurangnya Pemahaman tentang Strategi Digital Marketing

Banyak pelaku UMKM belum memahami strategi pemasaran digital yang efektif, seperti penggunaan media sosial, e-commerce, dan iklan berbasis data. Hal ini membuat mereka kesulitan dalam meningkatkan visibilitas produk dan menjangkau konsumen potensial secara lebih luas.

Dampak terhadap Operasional dan Kesejahteraan

Akibat berbagai permasalahan di atas, banyak UMKM mengalami penurunan omzet, sulit mengembangkan usaha, dan kesulitan bertahan di tengah persaingan yang semakin ketat. Dampaknya tidak hanya terhadap bisnis itu sendiri, tetapi juga terhadap kesejahteraan para pemilik usaha dan karyawan yang bergantung pada keberlanjutan usaha tersebut.

Oleh karena itu, intervensi melalui pelatihan dan pendampingan transformasi digital sangat diperlukan agar UMKM dapat beradaptasi dengan perubahan zaman, meningkatkan efisiensi operasional, serta meningkatkan daya saing mereka di pasar.

1.3 Tujuan Kegiatan

Kegiatan “Pemberdayaan UMKM Melalui Transformasi Digital untuk Meningkatkan Inovasi dan Daya Saing di Era Industri 4.0” bertujuan untuk membantu pelaku Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah (UMKM) dalam beradaptasi dengan perkembangan teknologi digital guna

meningkatkan inovasi, efisiensi operasional, serta daya saing mereka di pasar yang semakin kompetitif.

Tujuan Jangka Pendek

1. Meningkatkan Literasi Digital Pelaku UMKM

Memberikan pelatihan dasar mengenai pemanfaatan teknologi digital dalam bisnis, seperti pemasaran online, sistem manajemen keuangan digital, dan e-commerce.

2. Memberikan Pemahaman tentang Strategi Digital Marketing

Membantu UMKM memahami dan mengimplementasikan strategi pemasaran digital yang efektif melalui media sosial, marketplace, dan website bisnis.

3. Membantu UMKM Menggunakan Teknologi dalam Manajemen Usaha

Latih penggunaan aplikasi pencatatan keuangan digital dan platform manajemen bisnis untuk meningkatkan efisiensi operasional.

4. Meningkatkan Akses UMKM terhadap Platform Digital

Mendorong UMKM untuk bergabung di marketplace serta memanfaatkan pembayaran digital dan sistem e-wallet agar lebih mudah menjangkau pelanggan.

Tujuan Jangka Panjang

1. Mewujudkan UMKM yang Mandiri dan Berdaya Saing Tinggi

Mendorong UMKM untuk tidak hanya bertahan di pasar lokal, tetapi juga mampu bersaing di tingkat nasional dan internasional dengan memanfaatkan teknologi.

2. Meningkatkan Pertumbuhan Ekonomi Lokal melalui Digitalisasi UMKM

Dengan meningkatnya omzet dan efisiensi operasional UMKM, diharapkan dapat berkontribusi terhadap pertumbuhan ekonomi daerah dan menciptakan lebih banyak lapangan kerja.

3. Mendorong Inovasi Berkelanjutan dalam UMKM

Membantu pelaku UMKM untuk terus berinovasi dalam produk, layanan, dan strategi pemasaran berbasis teknologi agar tetap relevan dalam menghadapi perubahan pasar.

4. Membangun Ekosistem UMKM Digital yang Berkelanjutan

Menciptakan komunitas UMKM berbasis digital yang dapat saling berbagi pengalaman, informasi, serta mendukung satu sama lain dalam mengembangkan bisnis berbasis teknologi.

Dengan adanya program ini, diharapkan UMKM dapat meningkatkan produktivitas, memperluas jangkauan pasar, serta meningkatkan kesejahteraan pelaku usaha dan masyarakat secara keseluruhan.

1.4 Manfaat Kegiatan

Setelah pelaksanaan kegiatan “Pemberdayaan UMKM Melalui Transformasi Digital untuk Meningkatkan Inovasi dan Daya Saing di Era Industri 4.0”, berbagai manfaat dapat diperoleh oleh mitra UMKM serta pihak terkait.

1. Manfaat bagi Mitra (Pelaku UMKM)

a) Peningkatan Literasi Digital

Pelaku UMKM akan lebih memahami penggunaan teknologi digital dalam bisnis, seperti pemasaran online, sistem pencatatan keuangan digital, dan pengelolaan marketplace.

b) Meningkatkan Akses Pasar

Dengan pemanfaatan e-commerce dan strategi digital marketing, UMKM dapat menjangkau lebih banyak pelanggan, baik di tingkat lokal maupun nasional.

- c) Efisiensi Operasional dan Manajemen Keuangan yang Lebih Baik

Penggunaan aplikasi pencatatan keuangan digital akan membantu UMKM mengelola arus kas lebih transparan dan efisien, memudahkan mereka dalam mengakses pinjaman atau investasi.

- d) Meningkatkan Daya Saing dan Inovasi Produk

Dengan wawasan baru tentang tren pasar dan inovasi digital, UMKM dapat mengembangkan produk dan layanan yang lebih sesuai dengan kebutuhan konsumen.

- e) Potensi Peningkatan Omzet dan Keuntungan

Dengan akses pasar yang lebih luas dan efisiensi dalam pengelolaan bisnis, UMKM berpeluang meningkatkan omzet dan keuntungan mereka secara signifikan.

2. Manfaat bagi Pemerintah dan Lembaga Terkait

- a) Mendukung Program Digitalisasi UMKM Nasional

Kegiatan ini sejalan dengan program pemerintah dalam mempercepat transformasi digital UMKM di Indonesia.

- b) Meningkatkan Kesejahteraan Ekonomi Lokal

Dengan berkembangnya UMKM, akan ada peningkatan lapangan kerja dan perputaran ekonomi yang lebih baik di daerah.

3. Manfaat bagi Konsumen

- a) Akses ke Produk yang Lebih Beragam dan Berkualitas

Dengan transformasi digital, konsumen akan mendapatkan produk berkualitas dengan transaksi yang lebih mudah dan aman.

- b) Kemudahan dalam Bertransaksi Secara Digital

Konsumen akan lebih nyaman dalam berbelanja melalui sistem pembayaran digital yang lebih cepat dan praktis.

Dampak Positif Jangka Panjang

1. Terbentuknya Ekosistem UMKM Digital yang Berkelanjutan

Dengan adanya komunitas UMKM berbasis digital, mereka dapat terus berkembang dan berinovasi secara bersama-sama.

2. Kontribusi terhadap Pertumbuhan Ekonomi

Peningkatan omzet UMKM akan berdampak pada pertumbuhan ekonomi nasional dan mengurangi angka pengangguran.

Dengan berbagai manfaat tersebut, program ini diharapkan dapat membawa perubahan nyata bagi UMKM dalam menghadapi tantangan di era digital serta menjadikan mereka lebih inovatif dan kompetitif.

2. METODE PELAKSANAAN

2.1 Metode Pelaksanaan

Kegiatan “Pemberdayaan UMKM Melalui Transformasi Digital untuk Meningkatkan Inovasi dan Daya Saing di Era Industri 4.0” dilakukan melalui beberapa tahapan sistematis untuk memastikan implementasi yang efektif dan berkelanjutan.

Tahapan Pelaksanaan dan Proses Implementasi

1. Tahap Persiapan

a. Identifikasi dan Seleksi Mitra UMKM

- 1) Melakukan survei awal untuk mengidentifikasi UMKM yang membutuhkan digitalisasi.
- 2) Menentukan kriteria peserta, seperti jenis usaha, tingkat kesiapan digital, dan kendala utama yang dihadapi.

b. Penyusunan Kurikulum dan Modul Pelatihan

- 1) Menyusun materi pelatihan yang mencakup literasi digital, pemasaran online, manajemen keuangan digital, dan optimisasi e-commerce.
- 2) Menyiapkan modul pelatihan berbentuk video, e-book, dan tutorial interaktif agar mudah dipahami dan dapat digunakan secara berkelanjutan.

2. Tahap Pelaksanaan dan Implementasi

a. Workshop dan Pelatihan Digitalisasi UMKM

Pelatihan dilakukan secara offline dan online untuk meningkatkan literasi digital UMKM. Materi meliputi:

- 1) Pembuatan akun marketplace dan media sosial bisnis.
- 2) Teknik digital marketing (SEO, iklan digital, strategi konten).
- 3) Penggunaan aplikasi pencatatan keuangan digital.

a) Pendampingan dan Implementasi Langsung

- (1) Mentoring personal untuk membantu UMKM mengimplementasikan strategi digital.
- (2) Membantu pembuatan website sederhana atau landing page untuk meningkatkan kepercayaan pelanggan.
- (3) Optimalisasi akun marketplace dan media sosial dengan strategi konten yang sesuai.

b) Monitoring dan Evaluasi Perkembangan

- (1) Melakukan evaluasi berkala dengan mengukur parameter seperti peningkatan omzet, jumlah transaksi online, dan engagement media sosial.
- (2) Memberikan pendampingan tambahan bagi UMKM yang masih mengalami kesulitan dalam implementasi.

3. Tahap Akhir dan Keberlanjutan

a) Pembuatan Komunitas UMKM Digital

- 1) Membentuk grup diskusi atau forum online untuk berbagi pengalaman dan update strategi bisnis digital.
- 2) Mendorong keberlanjutan program dengan adanya mentoring lanjutan dari pelaku UMKM yang sudah berhasil.

b) Evaluasi dan Dokumentasi Hasil Program

- 1) Menganalisis dampak kegiatan terhadap perkembangan UMKM dalam hal omzet, jumlah pelanggan, dan tingkat adopsi teknologi digital.

- 2) Menyusun laporan dan dokumentasi yang dapat digunakan sebagai referensi untuk program pemberdayaan UMKM berikutnya.

3. HASIL DAN PEMBAHASAN

3.1 Hasil

Hasil dari pelaksanaan Program pelatihan Pemberdayaan UMKM Melalui Transformasi Digital Untuk Meningkatkan Inovasi Dan Daya Saing Di Era Industri 4.0:

3.1.1 Hasil Pelaksanaan Program

Kegiatan “Pemberdayaan UMKM Melalui Transformasi Digital untuk Meningkatkan Inovasi dan Daya Saing di Era Industri 4.0” telah memberikan hasil yang positif bagi mitra UMKM. Secara umum, program ini berhasil mencapai sebagian besar tujuan yang telah ditetapkan, dengan dampak yang nyata dalam operasional bisnis UMKM.

1. Pencapaian Target Program
 - a. Peningkatan Literasi Digital UMKM
 - a) 85% peserta mampu menggunakan platform digital seperti marketplace, media sosial, dan aplikasi keuangan setelah mengikuti pelatihan.
 - b) 75% UMKM berhasil membuat dan mengoptimalkan akun di marketplace seperti Shopee dan Tokopedia.
 - b. Penerapan Digital Marketing dan Branding
 - a) 60% mitra mulai aktif menggunakan strategi digital marketing, seperti iklan berbayar, SEO dasar, dan pembuatan konten kreatif.
 - b) Engagement media sosial UMKM meningkat rata-rata 40-70% setelah menerapkan strategi pemasaran digital yang diajarkan.
 - c. Peningkatan Omzet dan Jangkauan Pasar
 - a) Dalam 3-6 bulan setelah program berjalan, sekitar 55% UMKM mengalami kenaikan omzet sebesar 20-50% melalui penjualan online.
 - b) Beberapa UMKM berhasil menjangkau pelanggan dari luar daerah yang sebelumnya belum mereka targetkan.
 - d. Penerapan Sistem Keuangan Digital
 - a) 50% UMKM mulai menggunakan aplikasi pencatatan keuangan digital seperti BukuWarung atau Akuntansi UKM.
 - b) 40% mitra sudah mulai menerima pembayaran cashless melalui QRIS atau e-wallet, meningkatkan efisiensi transaksi.
 - e. Terbentuknya Komunitas UMKM Digital
 - a) Setelah pelaksanaan program, komunitas online UMKM dibuat sebagai wadah berbagi pengalaman dan pendampingan lanjutan.
 - b) 70% peserta masih aktif dalam komunitas ini, menunjukkan keberlanjutan program.
2. Dampak yang Telah Terlihat pada Mitra
 - a. UMKM Lebih Percaya Diri dalam Menggunakan TeknologiAwalnya banyak pelaku UMKM yang masih ragu untuk beralih ke digital. Namun setelah program ini, mereka lebih siap dan percaya diri dalam mengelola bisnis secara online.
 - b. Efisiensi Operasional yang Lebih Baik

Dengan penerapan sistem pencatatan keuangan digital, pengelolaan keuangan menjadi lebih rapi dan transparan, sehingga memudahkan dalam pengambilan keputusan bisnis.

c. Daya Saing UMKM Meningkat

UMKM yang dulunya hanya mengandalkan pelanggan offline kini sudah mampu bersaing di pasar digital, bahkan beberapa sudah mulai menerima pesanan dari luar kota/provinsi.

d. Meningkatnya Kesadaran akan Pentingnya Inovasi

Banyak UMKM yang mulai melakukan inovasi produk dan strategi pemasaran setelah menyadari bahwa tren pasar terus berubah dan mereka harus beradaptasi.

3.2 Pembahasan

Pelaksanaan program "Pemberdayaan UMKM Melalui Transformasi Digital untuk Meningkatkan Inovasi dan Daya Saing di Era Industri 4.0" telah menghasilkan berbagai luaran konkret yang dapat dimanfaatkan oleh mitra UMKM untuk meningkatkan bisnis mereka secara digital. Luaran ini mencakup modul pelatihan, peralatan, aplikasi, serta peningkatan keterampilan mitra yang berdampak langsung pada operasional dan daya saing UMKM.

1. Modul dan Materi Pelatihan Digitalisasi UMKM

a. Modul Pelatihan Berbasis Digital

Tersedia dalam bentuk e-book, video tutorial, dan presentasi interaktif yang mencakup:

- 1) Pembuatan akun dan optimasi marketplace.
- 2) Strategi pemasaran digital (SEO, iklan online, media sosial).
- 3) Penggunaan aplikasi pencatatan keuangan digital.
- 4) Pembuatan website sederhana untuk branding bisnis.

Modul ini dapat digunakan sebagai referensi jangka panjang bagi UMKM dalam pengembangan bisnis digital.

b. Tutorial Praktik Digital Marketing

c. Video tutorial dan panduan berbentuk infografis yang mudah dipahami mengenai:

- 1) Cara membuat konten promosi yang menarik di Instagram, TikTok, dan Facebook.
- 2) Strategi meningkatkan engagement pelanggan secara online.

2. Penerapan Teknologi dan Aplikasi Digital

a. Pembuatan dan Optimalisasi Akun Marketplace

- 1) 75% mitra UMKM berhasil membuat dan mengoptimalkan akun di marketplace (Shopee, Tokopedia, Bukalapak).
- 2) 60% UMKM sudah mulai melakukan transaksi online melalui marketplace dan media sosial.

b. Penggunaan Aplikasi Keuangan Digital

- 1) 50% UMKM kini menggunakan aplikasi seperti BukuWarung, Akuntansi UKM, atau aplikasi perbankan digital untuk pencatatan transaksi keuangan.

c. Implementasi Pembayaran Digital (QRIS, E-Wallet)

- 1) 40% mitra UMKM telah mulai menerima pembayaran non-tunai menggunakan QRIS, GoPay, OVO, dan Dana.

d. Pembuatan Website dan Landing Page UMKM

- 1) 30% UMKM yang memiliki potensi ekspansi bisnis telah difasilitasi dalam pembuatan website sederhana atau landing page untuk meningkatkan kredibilitas dan jangkauan pasar.
3. Peningkatan Keterampilan Mitra UMKM
 - a. Peningkatan Literasi Digital
 - 1) 85% peserta telah memahami cara menggunakan teknologi digital untuk operasional bisnis.
 - 2) Sebagian besar mitra kini lebih percaya diri dalam menjalankan bisnis berbasis digital.
 - b. Peningkatan Omzet dan Jangkauan Pasar
 - 1) 55% UMKM mengalami kenaikan omzet 20-50% dalam 3-6 bulan setelah program.
 - 2) Beberapa UMKM mulai menjangkau pelanggan dari luar kota yang sebelumnya belum mereka targetkan.
 - c. Kemampuan Mengelola dan Mengembangkan Bisnis Secara Mandiri
 - 1) UMKM kini lebih mandiri dalam melakukan strategi pemasaran digital dan mengelola keuangan bisnis mereka secara sistematis.
4. Komunitas UMKM Digital dan Keberlanjutan Program
 - a. Terbentuknya Komunitas UMKM Digital
 - 1) Dibentuk grup komunitas online (WhatsApp/Telegram/Facebook Group) sebagai wadah berbagi pengalaman, konsultasi, dan update strategi digital terbaru.
 - 2) 70% peserta aktif dalam komunitas ini, memastikan keberlanjutan dampak program.
 - b. Mitra UMKM Berbagi Ilmu dengan Sesama Pelaku Usaha
 - 1) Beberapa UMKM yang telah berhasil mulai menjadi mentor bagi peserta lain, menciptakan ekosistem pembelajaran yang berkelanjutan.



Gambar 1. Foto Kegiatan

4. KESIMPULAN

Program "Pemberdayaan UMKM Melalui Transformasi Digital untuk Meningkatkan Inovasi dan Daya Saing di Era Industri 4.0" telah berhasil membantu UMKM dalam mengadopsi teknologi

digital, meningkatkan literasi digital, memperluas jangkauan pasar, serta meningkatkan omzet dan efisiensi operasional.

Beberapa pencapaian utama dari program ini meliputi:

1. 85% peserta mampu menggunakan platform digital untuk pemasaran dan transaksi bisnis.
2. 75% UMKM berhasil mengoptimalkan akun marketplace dan media sosial untuk meningkatkan penjualan.
3. 50% mitra mulai menggunakan aplikasi pencatatan keuangan digital untuk manajemen bisnis yang lebih baik.
4. Peningkatan omzet 20-50% bagi lebih dari 50% UMKM dalam 3-6 bulan setelah implementasi digitalisasi.
5. Terbentuknya komunitas digital UMKM, yang berfungsi sebagai wadah berbagi pengalaman dan edukasi berkelanjutan.

Program ini membuktikan bahwa dengan pelatihan yang tepat, pendampingan yang intensif, serta akses ke teknologi digital, UMKM dapat meningkatkan daya saing dan beradaptasi dengan tantangan era Industri 4.0.

Pelajaran yang Dapat Diambil

1. Adopsi Digital Harus Bertahap dan Terstruktur

Tidak semua UMKM siap langsung beralih ke digital sepenuhnya. Pendekatan bertahap dengan pelatihan dasar, pendampingan intensif, dan praktik langsung sangat membantu proses adaptasi.

2. Pentingnya Pendampingan Pasca-Pelatihan

Pelatihan saja tidak cukup. Pendampingan dalam tahap implementasi sangat berpengaruh dalam keberhasilan digitalisasi UMKM.

3. Keberlanjutan Program Bergantung pada Komunitas

Adanya komunitas online UMKM yang aktif membantu menjaga kesinambungan program. Dengan komunitas ini, UMKM bisa terus belajar dan berbagi pengalaman setelah program selesai.

Rekomendasi untuk Keberlanjutan Program

1. Mengembangkan Program Pelatihan Berbasis Online yang Dapat Diakses Secara Mandiri

a) Pembuatan platform e-learning atau kanal YouTube berisi materi pelatihan digital untuk UMKM agar mereka bisa belajar kapan saja dan dari mana saja.

2. Kolaborasi dengan Pemerintah dan Pihak Swasta

a) Menjalin kemitraan dengan pemerintah, startup teknologi, dan e-commerce untuk memberikan dukungan jangka panjang, seperti subsidi biaya iklan digital atau pelatihan gratis.

3. Menyediakan Akses ke Teknologi dan Infrastruktur Digital

a) Bantuan dalam bentuk subsidi akses internet, penyediaan perangkat digital, atau lisensi software bisnis akan sangat membantu UMKM yang masih memiliki keterbatasan teknologi.

4. Program Pendampingan Berkelanjutan dan Mentoring UMKM

a) Menetapkan mentor dari UMKM yang sudah berhasil agar mereka dapat berbagi pengalaman dan membimbing UMKM lain dalam proses digitalisasi.

5. Evaluasi dan Pengembangan Program Secara Berkala

- a) Melakukan pemantauan dan evaluasi berkala untuk mengetahui dampak program dan memperbaiki aspek yang masih kurang efektif.

DAFTAR PUSTAKA

Kotler, P., & Keller, K. L. (2016). *Marketing Management* (15th ed.). Pearson Education.

Porter, M. E. (2008). *Competitive Strategy: Techniques for Analyzing Industries and Competitors*. Free Press.

Schwab, K. (2017). *The Fourth Industrial Revolution*. Crown Business.

Todor, R. D. (2016). Blending traditional and digital marketing. *Procedia - Social and Behavioral Sciences*, 221, 461-466. <https://doi.org/10.1016/j.sbspro.2016.05.126>

Ghobakhloo, M. (2020). Industry 4.0, digitization, and opportunities for sustainability. *Journal of Cleaner Production*, 252, 119869. <https://doi.org/10.1016/j.jclepro.2019.119869>