



## Pemberdayaan Koperasi dan UMKM melalui Pengembangan Sistem Pendukung Usaha dan Pelatihan Digital Marketing di Kabupaten Probolinggo

*Empowering Cooperatives and MSMEs through Business Support System Development and Digital Marketing Training in Probolinggo Regency*

Ahmad Izzuddin<sup>1\*</sup>, Yustina Suhandini Tj.<sup>2</sup> Mohammad Iskak Elly<sup>3</sup>, Serlin Velinda<sup>4</sup>  
Hikmatul Maulidia<sup>5</sup>, Nadia Putri<sup>6</sup>

<sup>1-2, 4-6</sup> Fakultas Teknik dan Informatika, Universitas Panca Marga, Indonesia

<sup>3</sup> Prodi. Akuntansi, Fakultas Ekonomi dan Bisnis, Universitas Panca Marga, Indonesia

\*Penulis Korespondensi: [ahmad.izzuddin@upm.ac.id](mailto:ahmad.izzuddin@upm.ac.id)<sup>1</sup>

### Artikel Histori:

Naskah Masuk: 23 Juli, 2024  
Revisi: 15 Agustus, 2024  
Diterima: 28 September, 2024  
Terbit: 30 September, 2024

**Keywords:** Capacity Building; Community Empowerment; Cooperative Information Systems; Digital Marketing; MSMEs.

**Abstract.** The community service program implemented in Probolinggo Regency aims to enhance the capacity of cooperatives and MSMEs through the development of a cooperative information system and digital marketing training. The program involved two participant groups: 20 board members and staff of KPRI Waluyo Jati in the information system workshop, and 15 MSME practitioners in the digital marketing training. Post-activity evaluations indicate a significant increase in knowledge among the cooperative group, particularly in understanding basic information system concepts (62.5% slightly increased; 37.5% significantly increased), benefits of information system implementation (50% significantly increased), types of cooperative software (62.5% slightly increased; 37.5% significantly increased), and data security (62.5% significantly increased). All respondents (100%) also reported improved understanding of data analytics, while 56.3% experienced increased knowledge related to information system integration with external stakeholders. Among MSME participants, 80% reported improved digital marketing knowledge, 73.3% felt more prepared to market their products online, and 66.7% experienced an increase in monthly sales turnover. Overall, the program proved effective in strengthening cooperative management capacity and enhancing the digital marketing skills of MSME practitioners, thereby contributing to local economic empowerment.

### Abstrak

Kegiatan pengabdian kepada masyarakat di Kabupaten Probolinggo dilaksanakan untuk meningkatkan kapasitas koperasi dan UMKM melalui pengembangan sistem informasi koperasi dan pelatihan digital marketing. Program ini melibatkan dua kelompok peserta, yaitu 20 pengurus dan anggota KPRI Waluyo Jati pada workshop sistem informasi serta 15 pelaku UMKM pada pelatihan *digital marketing*. Evaluasi pasca-kegiatan menunjukkan adanya peningkatan pengetahuan yang signifikan pada kelompok koperasi, terutama pada pemahaman konsep dasar sistem informasi (62,5% meningkat sedikit; 37,5% meningkat signifikan), manfaat implementasi sistem informasi (50% meningkat signifikan), jenis perangkat lunak (62,5% meningkat sedikit; 37,5% meningkat signifikan), dan keamanan data (62,5% meningkat signifikan). Seluruh responden (100%) juga mengalami peningkatan pemahaman terkait analitik data, sementara 56,3% melaporkan peningkatan mengenai integrasi sistem informasi dengan pihak eksternal. Pada kelompok UMKM, 80% peserta melaporkan peningkatan pengetahuan *digital marketing*, 73,3% merasa lebih siap memasarkan produk secara daring, dan 66,7% mengalami peningkatan omzet bulanan. Secara keseluruhan, program ini terbukti efektif dalam memperkuat kapasitas pengelolaan koperasi dan meningkatkan keterampilan pemasaran digital pelaku UMKM, sehingga memberikan kontribusi nyata bagi pemberdayaan ekonomi lokal.

**Kata kunci:** Pemasaran Digital; Pemberdayaan Masyarakat; Peningkatan Kapasitas; Sistem Informasi Koperasi; UMKM.

## 1. LATAR BELAKANG

Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah (UMKM) memiliki peranan yang sangat strategis dalam perekonomian nasional. Berdasarkan siaran pers Kemenko Perekonomian (2022), UMKM menyumbang 60,5% terhadap Produk Domestik Bruto (PDB), menyerap 96,9% tenaga kerja, serta mencakup 99% dari total unit usaha di Indonesia. Meskipun demikian, kondisi UMKM di Kabupaten Probolinggo menunjukkan dinamika yang fluktuatif. Data DKUPP Kabupaten Probolinggo (2020–2022) mencatat jumlah UMKM sebagai berikut: tahun 2020 sebanyak 69.518 unit; tahun 2021 menurun menjadi 68.872 unit; dan tahun 2022 meningkat kembali menjadi 69.187 unit. Perubahan ini menunjukkan perlunya intervensi penguatan kapasitas usaha secara berkelanjutan. (Badan Pusat Statistik Kabupaten Probolinggo 2023), (Dinas Koperasi dan Usaha Mikro 2023)

Selain UMKM, koperasi juga memiliki kontribusi penting dalam pembangunan ekonomi daerah. DKUPP Kabupaten Probolinggo membina 760 koperasi aktif dan tidak aktif dengan berbagai jenis usaha. Namun demikian, sejak 2020 diketahui bahwa sekitar 240 koperasi (30%) berada dalam kondisi tidak aktif dan berpotensi dibubarkan. Sebelumnya, pembubaran juga terjadi pada 39 koperasi (2017) dan 130 koperasi (2014). Tingginya angka ketidakaktifan koperasi ini menunjukkan adanya persoalan mendasar dalam manajemen organisasi, kapasitas SDM, dan penerapan teknologi digital dalam operasional koperasi. (Badan Pusat Statistik Kabupaten Probolinggo 2023), (Dinas Koperasi dan Usaha Mikro 2023)

Berbagai upaya telah dilakukan DKUPP Kabupaten Probolinggo untuk mendorong pemberdayaan koperasi dan UMKM, seperti Pelatihan Manajemen Bisnis, Pelatihan Simpan Pinjam, peresmian Rumah UMKM, serta pelatihan *digital marketing* yang dilaksanakan tiga kali dengan narasumber dari Universitas Panca Marga (UPM). Selain itu, DKUPP juga bekerja sama dengan instansi lain untuk mengembangkan digitalisasi usaha koperasi melalui pelatihan penggunaan aplikasi sistem informasi keuangan. Setiap program biasanya diakhiri dengan umpan balik melalui survei atau kuesioner untuk mengukur kepuasan serta hambatan yang dialami peserta. (Yuliono 2021)

Penerapan teknologi digital di koperasi menjadi langkah penting untuk meningkatkan efisiensi operasional dan memperluas akses pasar. Namun, tantangan utama yang dihadapi banyak koperasi adalah rendahnya loyalitas anggota pengguna teknologi dan risiko operasional terkait dengan penerapan teknologi baru, meskipun digitalisasi dapat meningkatkan prospek usaha koperasi secara signifikan (Rustariyuni et al., 2025). Selain itu, integrasi sistem informasi dalam koperasi menghadapi hambatan besar, seperti keterbatasan dalam aksesibilitas, sistem integrasi, dan keamanan informasi, yang sering kali menghambat efektivitas sistem digital

dalam mendukung manajemen koperasi (Rabanes & Janamjam, 2025). Salah satu masalah dominan yang ditemukan adalah kurangnya kapasitas SDM dalam memelihara dan mengoperasikan sistem informasi koperasi yang telah diimplementasikan. Penelitian Pristiyanto et al. (2025) menekankan bahwa meskipun digitalisasi dapat meningkatkan transparansi dan efisiensi, banyak koperasi yang masih menghadapi masalah besar dalam mengoptimalkan sistem yang ada, terutama setelah beberapa bulan penggunaan. Untuk itu, pengembangan sistem informasi koperasi digital dan pelatihan SDM menjadi langkah yang sangat penting guna mengurangi kendala yang ada (Arief, 2025). Keterbatasan dalam literasi digital di kalangan anggota koperasi juga menjadi faktor penghambat, sehingga banyak koperasi yang belum bisa memanfaatkan teknologi secara maksimal, yang pada akhirnya mempengaruhi kinerja dan keberlanjutan koperasi itu sendiri (Nurdany, 2025).

Berdasarkan permasalahan tersebut, diperlukan solusi komprehensif berupa pengembangan sistem pendukung usaha yang tepat guna serta evaluasi terhadap efektivitas pelatihan yang telah diselenggarakan oleh DKUPP. Usulan pengabdian masyarakat ini bertujuan untuk menjawab permasalahan prioritas mitra melalui pembangunan sistem informasi koperasi yang sesuai kebutuhan, serta mengukur dampak pelatihan *digital marketing* dan pelatihan lainnya sebagai dasar perbaikan program pemberdayaan koperasi dan UMKM di Kabupaten Probolinggo.

## 2. KAJIAN TEORITIS

Transformasi digital telah menjadi kebutuhan strategis bagi koperasi dan UMKM untuk meningkatkan daya saing di tengah perubahan lingkungan bisnis. Pemberdayaan melalui peningkatan kapasitas SDM merupakan pendekatan yang efektif dalam mempersiapkan pelaku usaha menghadapi tantangan digitalisasi. (Skare, de las Mercedes de Obesso, and Ribeiro-Navarrete 2023) menegaskan bahwa pemanfaatan e-commerce, sistem informasi akuntansi, dan budaya organisasi berkontribusi signifikan terhadap peningkatan kinerja UMKM, sehingga penguatan literasi digital menjadi langkah fundamental bagi keberhasilan transformasi usaha. Hal ini menunjukkan bahwa pelatihan dan pendampingan digital bukan sekadar aktivitas pengenalan teknologi, tetapi bagian penting dari pengembangan strategi usaha berkelanjutan.

Dalam konteks penguatan pengelolaan koperasi, adopsi dan implementasi sistem informasi memiliki peran penting dalam meningkatkan efektivitas operasional dan akurasi laporan keuangan. (Djaddang et al. 2021) (Zumroautun Ainiyah et al. 2022) menemukan bahwa pelatihan sistem informasi akuntansi yang dikombinasikan dengan pemasaran digital mampu meningkatkan literasi digital serta kemampuan manajerial UMKM secara signifikan. Temuan

ini sejalan dengan kebutuhan koperasi yang sering menghadapi kendala dalam pemeliharaan aplikasi digital dan kurangnya kemampuan troubleshooting, sehingga kegiatan pelatihan dan pendampingan perlu dirancang untuk mengatasi kesenjangan keterampilan tersebut.

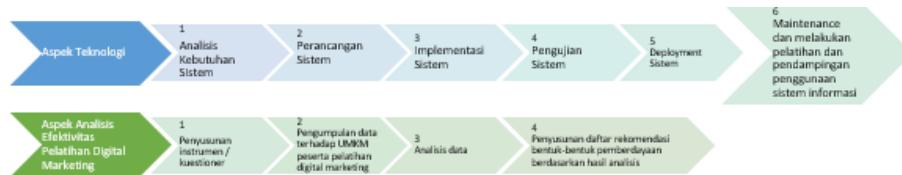
*Digital marketing* memainkan peran krusial dalam ekspansi pasar UMKM pada era digital. Menurut (Jung and Shegai 2023), kapabilitas teknologi informasi dan inovasi produk berpengaruh positif terhadap efektivitas *digital marketing* serta peningkatan kinerja UMKM. Hasil tersebut diperkuat oleh (Asikin et al. 2024), yang menunjukkan bahwa strategi pemasaran digital yang konsisten mampu meningkatkan visibilitas dan omzet usaha secara signifikan. Oleh karena itu, pelatihan *digital marketing* harus mencakup aspek teknis (penggunaan platform digital), aspek strategis (*branding*), serta aspek perilaku (rasa percaya diri dan konsistensi implementasi).

Keberhasilan program pelatihan dan pendampingan tidak hanya bergantung pada penyampaian materi, tetapi juga pada pendekatan evaluasi yang digunakan. Model evaluasi pelatihan modern menekankan peningkatan pengetahuan, perubahan perilaku, serta hasil kinerja sebagai indikator utama. (Maulidina and Nafiaty 2024) menegaskan bahwa pendekatan hands-on dalam pelatihan memberikan dampak lebih kuat terhadap perubahan perilaku peserta dibandingkan metode ceramah. Selain itu, (Cahyadi, Suryantari, and Murti 2023) menekankan pentingnya kesiapan digital organisasi (digital readiness) sebagai faktor penentu keberhasilan adopsi teknologi pada UMKM dan koperasi, sehingga pendampingan berkelanjutan diperlukan untuk memastikan teknologi benar-benar diimplementasikan dan memberikan dampak jangka panjang.

Berdasarkan landasan teori tersebut, dapat ditegaskan bahwa keberhasilan transformasi digital koperasi dan UMKM bergantung pada tiga komponen utama: (1) penguatan literasi digital melalui pelatihan sistem informasi dan *digital marketing*, (2) dukungan teknologi yang relevan dan mudah dipelihara, serta (3) pendampingan berkelanjutan untuk memastikan terjadinya adaptasi, penerapan, dan peningkatan kinerja usaha. Landasan ini menjadi dasar bagi pelaksanaan program dalam artikel ini, yang berfokus pada peningkatan kapasitas pengurus koperasi dan pelaku UMKM melalui kegiatan workshop yang terstruktur dan berbasis bukti empiris.

### 3. METODE PELAKSANAAN

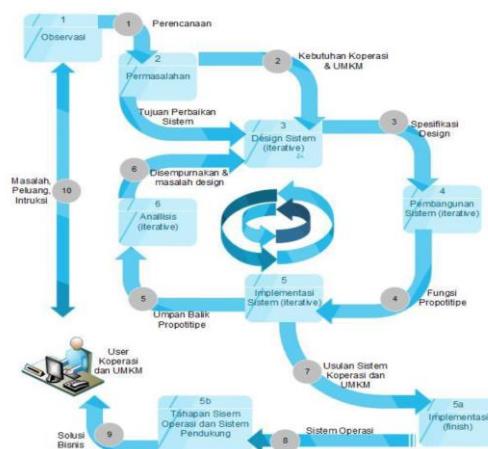
Metode pelaksanaan yang ditawarkan sebagai bentuk solusi atas permasalahan spesifik yang dihadapi mitra sebagai berikut.



**Gambar 1.** Metode pelaksanaan pengabdian.

Pada Aspek Teknologi dilakukan langkah-langkah sebagai berikut: (a) Analisis kebutuhan sistem : Langkah ini merupakan tahap pengumpulan data, analisis interface guna menentukan solusi dari perangkat lunak yang diperlukan yang nantinya akan digunakan sebagai proses komputerisasi sistem. (b) Proses Desain/ perancangan sistem terbagi kedalam beberapa bagian desain yakni desain database, desain sistem dan desain interface. (c) Proses pembuatan *coding* atau pengkodean menggunakan bahasa pemrograman php framework Codeigniter. (d) Untuk menguji aplikasi yang digunakan berjalan dengan sesuai maka akan dilakukan tahapan setelah diuji dengan *blackbox testing*, pengujian ini meliputi proses input maupun pengujian proses output, seperti pengujian halaman login dan halaman transaksi. (e) Setelah melakukan analisis, desain dan pengkodean maka sistem sudah jadi akan digunakan user, maka dari itu support/maintenance dari tim pendusul masih perlu dilakukan untuk pemeriksaan secara berkala. Tim pengusul memberikan pelatihan dan pendampingan dalam penggunaan sistem informasi oleh mitra.

Terkait dengan membangun sebuah sistem informasi untuk sistem pendukung usaha, metode pengembangan software yang digunakan adalah metode *prototype* seperti digambarkan pada Gambar 2.



**Gambar 2.** Metode Prototype dalam membangun sistem informasi pendukung usaha koperasi.

Pada Aspek Analisis Efektivitas Pelatihan *Digital Marketing* dilakukan langkah-langkah sebagai berikut: (a) Penyusunan *instrument/ Questioner* untuk analisis efektivitas pelaksanaan pelatihan *digital marketing* dalam peningkatan keberdayaan UMKM. (b) Melakukan pengumpulan data melalui questioner dengan memanfaatkan google form. (c) Melakukan analisis data. (d) Menyusun daftar rekomendasi pemberdayaan UMKM berdasarkan hasil analisis dan menyampaikan kepada DKUPP Kab. Probolinggo.

## 4. HASIL DAN PEMBAHASAN

### Hasil

Pelaksanaan kegiatan Program Kemitraan Masyarakat (PKM) pada ini berlangsung dengan baik, adapun rincian kegiatan yang telah dilakukan adalah sebagai berikut :

#### *Terciptanya Sistem Informasi KPRI Waluyo Jati*

The screenshot shows a web-based application titled "SI KPRI Waluyo Jati". On the left is a sidebar with navigation links like Dashboard, Proses, Data Pinjaman, Angsuran, Simpanan, Jenis Angsuran, Jenis Simpanan, Anggota, Riwayat Angsuran, and Help. The main area has tabs for "Data Pinjaman" and "Riwayat Angsuran". Under "Data Pinjaman", there's a form with fields for Name (Cristina Novita), Amount (Rp. 5,000,000,-), and Duration (12 Bulan). Below that is a table of loans:

#	Angsuran Ke-	Angsuran	Tanggal Tempo	Tanggal Bayar	Aksi
1	6	Rp. 442.000,-	10-12-2023	-	<button>Bayar</button>
2	7	Rp. 442.000,-	10-01-2024	-	<button>Bayar</button>
3	8	Rp. 442.000,-	10-02-2024	-	<button>Bayar</button>

**Gambar 3.** Sistem Informasi KPRI Waluyo Jati Berbasis Web.

#### *Terlaksananya Workshop "Optimasi Laporan Keuangan Koperasi dalam Era Digital: Implementasi Sistem Informasi Terkini"*



**Gambar 4.** Workshop "Optimasi Laporan Keuangan Koperasi dalam Era Digital: Implementasi Sistem Informasi Terkini".

Tim pelaksana pengabdian ini melaksanakan survey atas workshop yang diadakan dengan melibatkan para pengurus, pengawas dan anggota KPRI Waluyo Jati. Survey terdiri dari 9 pertanyaan dengan melibatkan 20 responden. Berikut adalah pertanyaan dan hasil survey.

**Tabel 1.** Angket survey efektivitas pelatihan Workshop "Optimasi Laporan Keuangan Koperasi dalam Era Digital: Implementasi Sistem Informasi Terkini".

No.	Pertanyaan	Skala			
		4	3	2	1
1	Setelah mengikuti workshop, sejauh mana pengetahuan Anda tentang konsep dasar dari sistem informasi terkini dalam pengelolaan koperasi telah meningkat?	6	10		
2	Bagaimana pengetahuan Anda tentang manfaat utama dari implementasi sistem informasi terkini dalam pengelolaan koperasi setelah mengikuti workshop?	8	8		
3	Apakah pengetahuan Anda tentang berbagai jenis perangkat lunak (software) yang digunakan dalam pengelolaan koperasi berbasis sistem informasi telah meningkat setelah mengikuti workshop?	6	10		
4	Sejauh mana pengetahuan Anda tentang pentingnya keamanan data dalam sistem informasi koperasi telah meningkat setelah mengikuti workshop?	10	6		
5	Bagaimana pengetahuan Anda tentang bagaimana sistem informasi terkini dapat membantu dalam merencanakan keuangan dan anggaran koperasi setelah mengikuti workshop?	10	6		
6	Sejauh mana pengetahuan Anda tentang konsep otomatisasi proses bisnis dalam koperasi menggunakan sistem informasi terkini telah meningkat setelah mengikuti workshop?	6	8	2	
7	Setelah mengikuti workshop, apakah Anda merasa lebih tahu bagaimana analitik data (data analytics) dapat digunakan untuk mengoptimalkan keputusan manajemen dalam koperasi?	16			
8	Sejauh mana pengetahuan Anda tentang integrasi sistem informasi antara koperasi dan pihak eksternal seperti bank, pelanggan, dan pemasok telah meningkat setelah mengikuti workshop?	7	9		
9	Sejauh mana pengetahuan Anda tentang integrasi sistem informasi antara koperasi dan pihak eksternal seperti bank, pelanggan, dan pemasok telah meningkat setelah mengikuti workshop?	5	9	2	

#### Keterangan Skala

4 = Meningkat signifikan

3 = Meningkat

2 = Meningkat sedikit

1 = Tidak meningkat

#### **Tersusunnya hasil survey efektivitas pelatihan digital marketing**

Angket survey terdiri dari 10 pertanyaan yang diajukan setelah pelaksanaan kegiatan dengan melibatkan 15 responden pelaku UMKM yang berada dalam binaan DKUPP Kabupaten Probolinggo. Berikut adalah daftar pertanyaan dan jawaban responden sebelum pelaksanaan kegiatan pelatihan *digital marketing*.

**Tabel 2.** Angket survey efektivitas pelatihan *digital marketing* untuk pelaku UMKM.

No	Pertanyaan	Skala			
		4	3	2	1
1	Sejauh mana pengetahuan Anda tentang konsep dasar <i>digital marketing</i> meningkat?	1	13	0	1
2	Sejauh mana pemahaman Anda tentang fungsi media sosial sebagai alat pemasaran meningkat?	1	13	0	1
3	Sejauh mana pemahaman Anda tentang pemasaran digital vs tradisional meningkat?	1	13	0	1
4	Sejauh mana pemahaman Anda tentang penggunaan platform <i>digital marketing</i> meningkat?	1	13	0	1
5	Sejauh mana pemahaman Anda tentang pembuatan konten digital meningkat?	1	12	1	1
6	Sejauh mana pemahaman Anda tentang penggunaan WhatsApp Business meningkat?	1	12	1	1
7	Sejauh mana pemahaman Anda tentang strategi promosi online meningkat?	1	13	0	1
8	Sejauh mana pemahaman Anda tentang penentuan target pasar digital meningkat?	1	12	1	1
9	Sejauh mana pemahaman Anda tentang strategi branding digital meningkat?	1	12	1	1
10	Sejauh mana kemampuan Anda mengevaluasi performa pemasaran digital meningkat?	1	11	2	1

Keterangan Skala

4 = Meningkat signifikan

3 = Meningkat

2 = Meningkat sedikit

1 = Tidak meningkat

**Terlaksananya Workshop Digital Marketing dengan tema "Peningkatan Daya Saing UMKM melalui Transformasi Digital"**



**Gambar 5.** Workshop *Digital Marketing* dengan tema "Peningkatan Daya Saing UMKM melalui Transformasi Digital".

#### **Monitoring dan Evaluasi**

Selanjutnya setelah pendampingan PKM kepada mitra, maka dilakukan monitoring dan evaluasi. Tujuan monitoring dan evaluasi adalah untuk mengetahui apakah kegiatan tersebut berkelanjutan dan mengatasi kendala-kendala di lapangan. Monitoring dilakukan secara periodik yaitu satu bulan sekali. Selain itu, monitoring secara insidental dengan kunjungan isidental. Hal ini dilakukan untuk melatih mitra agar lebih maju dan produktif.

## Pembahasan

### ***Pembahasan Kegiatan 1: Workshop Sistem Informasi Koperasi***

Pelaksanaan workshop “Optimasi Laporan Keuangan Koperasi dalam Era Digital: Implementasi Sistem Informasi Terkini” menghasilkan peningkatan pengetahuan yang dapat dikategorikan sebagai positif dan relevan dengan kebutuhan peningkatan kapasitas pengelolaan koperasi. Berdasarkan data survei, peningkatan paling dominan terjadi pada aspek pemahaman peserta mengenai analitik data untuk pengambilan keputusan, di mana seluruh responden (100%) melaporkan peningkatan pengetahuan. Temuan ini menunjukkan bahwa peserta memiliki ketertarikan kuat terhadap pemanfaatan data digital dalam proses manajerial, sehingga peluang implementasi analitik data di lingkungan koperasi cukup besar.

Pada aspek keamanan data, sebanyak 62,5% peserta melaporkan peningkatan signifikan. Hal ini penting karena isu keamanan data menjadi salah satu faktor penghambat keberhasilan digitalisasi koperasi, terutama terkait kasus error sistem yang sebelumnya dilaporkan oleh beberapa koperasi mitra. Dengan membaiknya pemahaman peserta, peluang terjadinya kesalahan pengelolaan data dapat diminimalkan.

Peningkatan juga tampak pada pemahaman mengenai manfaat implementasi sistem informasi (50% meningkat signifikan), serta pemahaman terhadap perangkat lunak koperasi (37,5% meningkat signifikan). Hal ini menunjukkan bahwa materi workshop telah mampu memberikan gambaran yang cukup komprehensif mengenai bagaimana sistem informasi mendukung efisiensi operasional koperasi, khususnya pada kegiatan pencatatan, pengolahan data keuangan, dan penyusunan laporan otomatis.

Meskipun demikian, pada aspek konsep dasar sistem informasi, sebagian besar responden (62,5%) hanya mengalami peningkatan “sedikit”. Ini menunjukkan bahwa peserta membutuhkan sesi pendampingan lanjutan untuk memperdalam pemahaman yang bersifat konseptual, bukan hanya teknis. Selain itu, pada aspek konsep otomatisasi proses bisnis, peningkatan pengetahuan berada pada level sedang (50% meningkat sedikit). Hal ini mengindikasikan bahwa peserta masih belum sepenuhnya memahami bagaimana otomasi dapat menggantikan proses manual yang selama ini dilakukan.

Secara umum, workshop ini efektif dalam meningkatkan kapasitas peserta, terutama pada aspek yang bersifat praktis dan langsung diterapkan. Namun, untuk memperkuat literasi digital koperasi secara lebih komprehensif, diperlukan pendampingan lanjutan yang fokus pada konsep-konsep dasar sistem informasi dan otomasi proses bisnis, mengingat kedua aspek ini menjadi fondasi utama dalam transformasi digital koperasi.

## **Pembahasan Kegiatan 2: Workshop Digital Marketing untuk UMKM**

Pelatihan “Peningkatan Daya Saing UMKM melalui Transformasi Digital” memberikan dampak signifikan terhadap peningkatan wawasan dan kesiapan pelaku UMKM dalam menerapkan strategi pemasaran digital. Berdasarkan survei pasca-kegiatan, sebanyak 80% peserta melaporkan peningkatan pengetahuan *digital marketing*, menunjukkan bahwa materi pelatihan mampu menjawab kebutuhan peserta yang pada evaluasi awal sebagian besar masih berada pada kategori “kurang memahami”.

Peningkatan paling menonjol terlihat pada rasa percaya diri dalam memasarkan produk secara online, di mana 73,3% peserta menyatakan peningkatan signifikan setelah mengikuti workshop. Hal ini sangat penting mengingat rendahnya rasa percaya diri merupakan hambatan utama UMKM untuk beralih ke pemasaran digital, terutama bagi pelaku usaha dengan latar belakang pendidikan non-teknis.

Selain itu, pelatihan memberikan wawasan baru dan strategi praktis, ditunjukkan oleh 53,3% peserta yang mengaku mendapat wawasan baru yang sangat berguna. Ini konsisten dengan kebutuhan lapangan, di mana pelaku UMKM sebelumnya mengaku minim pemahaman tentang penyusunan konten digital, penggunaan media sosial, WhatsApp Business, hingga strategi branding digital.

Temuan paling penting adalah bahwa 66,7% peserta melaporkan adanya peningkatan omzet penjualan setelah pelatihan, meskipun peningkatan tersebut relatif bervariasi antar peserta. Hal ini menunjukkan bahwa pelatihan tidak hanya meningkatkan pengetahuan teoretis, tetapi juga telah diterapkan dalam praktik, terutama dalam penggunaan media sosial sebagai alat pemasaran utama.

Selain itu, 66,7% peserta berencana menerapkan strategi baru yang mereka pelajari. Ini merupakan indikator keberhasilan program karena menunjukkan bahwa pelatihan mampu memotivasi peserta untuk melakukan transformasi digital dalam usahanya. Peningkatan ini juga sejalan dengan tren nasional di mana pemasaran digital menjadi salah satu strategi utama untuk menaikkan daya saing UMKM.

Namun demikian, beberapa peserta masih menunjukkan peningkatan yang tidak signifikan, terutama pada aspek kemampuan evaluasi performa *digital marketing*. Ini mengindikasikan bahwa pelaku UMKM membutuhkan pendampingan lanjutan dalam penggunaan tools analitik seperti Insights, Google Analytics, atau WhatsApp analitik untuk mengukur efektivitas pemasaran digital secara lebih terstruktur.

Secara keseluruhan, pelatihan ini dapat dikategorikan efektif, karena menunjukkan dampak nyata pada peningkatan kapasitas pengetahuan, perubahan perilaku pemasaran, serta

peningkatan omzet bagi sebagian peserta. Pelatihan lanjutan yang komprehensif pada aspek analitik dan manajemen konten akan memperkuat dampak program dalam jangka panjang.

## 5. KESIMPULAN DAN SARAN

Kegiatan pengabdian kepada masyarakat ini telah memberikan kontribusi nyata terhadap peningkatan kapasitas digital koperasi dan UMKM di Kabupaten Probolinggo. Workshop sistem informasi koperasi menghasilkan peningkatan signifikan pada pemahaman peserta, khususnya dalam aspek analitik data (100%) dan keamanan data (62,5%). Workshop *digital marketing* bagi UMKM juga menunjukkan dampak positif, ditunjukkan oleh peningkatan pengetahuan (80%), kepercayaan diri pemasaran online (73,3%), serta peningkatan omzet pada sebagian peserta (66,7%). Secara keseluruhan, kegiatan ini terbukti mendukung transformasi digital dan penguatan daya saing koperasi dan UMKM. Namun, tantangan seperti ketimpangan literasi digital dan kebutuhan pendalaman materi lanjutan masih memerlukan perhatian agar hasil kegiatan lebih optimal.

Beberapa rekomendasi yang dapat diberikan untuk penguatan kegiatan serupa di masa mendatang antara lain: (a) Pengembangan modul lanjutan yang berfokus pada otomasi proses bisnis koperasi, troubleshooting sistem informasi, dan analitik *digital marketing*. (b) Pelaksanaan pendampingan intensif dan program inkubasi digital secara berkala melalui kolaborasi DKUPP, perguruan tinggi, dan pengembang lokal. (c) Pengembangan aplikasi koperasi yang sesuai kebutuhan operasional dan kapasitas SDM lokal. (d) Replikasi model pelatihan pada wilayah lain dengan penyesuaian kondisi dan karakteristik UMKM setempat. (e) Rekomendasi tersebut diharapkan mampu memperkuat keberlanjutan program dan mendorong transformasi digital yang lebih merata pada koperasi dan UMKM.

## UCAPAN TERIMA KASIH

Pada kesempatan ini, penulis menyampaikan rasa terima kasih dan penghargaan yang setinggi-tingginya kepada: (a) Kemdikbud Ristek, yang telah mendukung dan memfasilitasi program ini. (b) Prof. Dr. Ir. H. R. Abdul Haris, M.M., Rektor Universitas Panca Marga Probolinggo, yang telah memberikan bimbingan dan arahan yang berharga. (c) Lembaga Penelitian dan Pengabdian Masyarakat (LPPM) Universitas Panca Marga, yang telah memberikan bantuan, bimbingan dan arahan. (d) Dinas Koperasi, Usaha Kecil Menengah, Perdagangan, dan Perindustrian (DKUPP) Kabupaten Probolinggo, atas kerjasama dan dukungannya dalam pelaksanaan program pemberdayaan ini. (e) Koperasi Waluyo Jati

Kraksaan, mitra dalam program ini, atas kerjasama dan kontribusinya. (f) Mahasiswa yang terlibat dalam kegiatan ini, yang telah berperan aktif dalam pelaksanaan program ini.

## DAFTAR REFERENSI

- Arief, S. (2025). Strategi pengembangan koperasi desa Merah Putih: Sistem informasi manajemen dan pemasaran digital. *Jurnal Aplikasi Bisnis*, 2025(2), 88-102.
- Asikin, M. Z., Fadilah, M. O., Saputro, W. E., Aditia, O., & Ridzki, M. M. (2024). The influence of digital marketing on competitive advantage and performance of micro, small, and medium enterprises. *International Journal of Social Service and Research*, 4(03), 963-970. <https://doi.org/10.46799/ijssr.v4i03.749>
- Badan Pusat Statistik Kabupaten Probolinggo. (2023). Jumlah usaha kecil menengah - Tabel statistik - Badan Pusat Statistik Kabupaten Probolinggo. <https://probolinggokab.bps.go.id/id/statistics-table/2/MTc5IzI=jumlah-usaha-kecil-menengah.html>
- Cahyadi, L. D. C. R., Suryantari, E. P., & Murti, A. A. G. K. (2023). Analisis faktor kesiapan digital dalam melakukan adopsi digital pada UMKM. *Jurnal Akuntansi Profesi*, 14(2), 354-364. <https://doi.org/10.23887/jap.v14i02.65519>
- Dinas Koperasi dan Usaha Mikro, Perdagangan, dan Perindustrian Kabupaten Probolinggo. (2023). Perkembangan data koperasi IKK 2023.
- Djaddang, S., Sailendra, S., Ardiansyah, S. M., Susilawati, S., & P., N. (2021). Study action research: Literasi akuntansi UMKM berbasis ETAP dan Android pada era COVID-19 normal baru. *Abdi Implementasi Pancasila: Jurnal Pengabdian Masyarakat*, 1(1), 7-16. <https://doi.org/10.35814/abdi.v1i1.2054>
- Jung, S. U., & Shegai, V. (2023). The impact of digital marketing innovation on firm performance: Mediation by marketing capability and moderation by firm size. *Sustainability (Switzerland)*, 15(7). <https://doi.org/10.3390/su15075711>
- Maulidina, C. M., & Nafiaty, L. (2024). Penerapan sistem informasi akuntansi, digital marketing, dan e-commerce untuk meningkatkan literasi digitalisasi dan kinerja UMKM. *Jurnal Pembelajaran Pemberdayaan Masyarakat (JP2M)*, 5(1), 187-199. <https://doi.org/10.33474/jp2m.v5i1.21506>
- Nurdany, A. (2025). Digitalization in Indonesian cooperatives. *Jurnal Digital Ekonomi*, 2025(1), 15-32.
- Pristiyanto, D., et al. (2025). Penguatan kelembagaan ekonomi masyarakat desa melalui koperasi digital. *Abdi Daya: Jurnal Pengabdian dan Pemberdayaan Masyarakat*, 3(1), 30-45.
- Rabanes, P. J. G., & Janamjam, C. T. (2025). Digital transformation in cooperative management: The case of multipurpose cooperatives. *Journal of Management World*, 2025(4), 66-76. <https://doi.org/10.53935/jomw.v2024i4.1161>
- Rustariyuni, S. D., Pudjihardjo, M., Burhan, M. U., & Satria, D. (2025). Impacts and challenges of digital technology on cooperatives in Bali Province. *Theoretical and Practical Research in the Economic Fields*, 16(3), 628-641. [https://doi.org/10.14505/tpref.v16.i3\(35\).07](https://doi.org/10.14505/tpref.v16.i3(35).07)

Skare, M., de las Mercedes de Obesso, M., & Ribeiro-Navarrete, S. (2023). Digital transformation and European small and medium enterprises (SMEs): A comparative study using Digital Economy and Society Index data. *International Journal of Information Management*, 68, 102594. <https://doi.org/10.1016/j.ijinfomgt.2022.102594>

Yuliono. (2021). Pemkab berikan pelatihan digital marketing bagi UMKM. *Media Nasional Expose Indonesia*.

Zumroatun Ainiyah, G., Permatasari, K. D., Murwati, S., Sariningsih, Y., Patimah, S., & Tamansiswa Banjarnegara, S. T. (2022). Information technology and utilization of financial information systems on the effectiveness of accounting information system in cooperatives. Vol. 5. <https://doi.org/10.23969/jees.v5i2.5407>