



## TRANSFORMASI DIGITAL DAN PENERAPAN PEMASARAN BERBASIS E-COMMERCE PADA PELAKU UMKM DESA SAYAN

Ni Made Widnyani<sup>1\*</sup>, Ni Luh Putu Surya Astitiani<sup>1</sup>, Vitalia Fina Carla Rettobjaan<sup>1</sup>, Putu Diana Wulandari<sup>2</sup>,  
Dini Nurfitri<sup>2</sup>

<sup>1</sup>Program Studi Bisnis Digital, Universitas Bali Internasional, Gg. Jeruk No.9A, Tonja, Denpasar Timur, Denpasar, Bali 80234, Indonesia

<sup>2</sup>Program Studi Psikologi, Universitas Bali Internasional, Gg. Jeruk No.9A, Tonja, Denpasar Timur, Denpasar, Bali 80234, Indonesia

\*[madewidnyani@iikmpbali.ac.id](mailto:madewidnyani@iikmpbali.ac.id)

### ABSTRAK

Kegiatan pengabdian masyarakat bertajuk "Transformasi Digital: Penerapan Pemasaran Berbasis E-commerce pada UMKM Desa Sayan" dilaksanakan untuk membantu pelaku UMKM setempat beradaptasi dengan perkembangan teknologi digital. Tujuan utama dari kegiatan ini adalah meningkatkan literasi digital pelaku usaha dan memperkenalkan platform e-commerce serta strategi pemasaran digital yang efektif. Program yang dilaksanakan pada tanggal 25-30 Agustus 2024 ini mencakup pelatihan penggunaan e-commerce, optimalisasi media sosial, serta pemanfaatan SEO dan analisis data untuk pengambilan keputusan bisnis yang lebih strategis. Hasil kegiatan menunjukkan adanya peningkatan signifikan dalam pemahaman dan kemampuan pelaku UMKM untuk menggunakan teknologi digital dalam operasional sehari-hari. Beberapa pelaku usaha mulai menerapkan e-commerce dan media sosial untuk memperluas jangkauan pasar mereka, sementara sebagian lainnya mulai memanfaatkan data penjualan dari platform digital untuk menyusun strategi pemasaran yang lebih efektif. Tantangan seperti keterbatasan akses internet dan modal usaha masih menjadi kendala, namun dapat diatasi dengan dukungan berkelanjutan dari pemerintah dan pihak swasta. Kegiatan ini memberikan dampak positif terhadap perekonomian lokal dengan meningkatkan daya saing UMKM Desa Sayan di pasar yang lebih luas. Keberlanjutan program ini sangat penting, mengingat transformasi digital membutuhkan pendampingan yang terus menerus agar pelaku UMKM dapat mempertahankan dan mengembangkan hasil yang telah dicapai. Secara keseluruhan, program ini memberikan dasar yang kuat bagi UMKM untuk bertransformasi digital dan berkembang di era ekonomi digital.

Kata kunci: desa sayan; e-commerce; literasi digital; pemasaran digital; transformasi digital; UMKM

### DIGITAL TRANSFORMATION AND IMPLEMENTATION OF E-COMMERCE BASED MARKETING IN UMKM ACTORS IN SAYAN VILLAGE

#### ABSTRACT

*The community service activity entitled "Digital Transformation: Implementation of E-commerce-Based Marketing in Sayan Village MSMEs" was carried out to help local MSMEs adapt to the development of digital technology. The main objective of this activity is to improve digital literacy of business actors and introduce e-commerce platforms and effective digital marketing strategies. The program, which was implemented on August 25-30, 2024, included training in the use of e-commerce, optimization of social media, and the use of SEO and data analysis for more strategic business decision-making. The results of the activity showed a significant increase in the understanding and ability of MSMEs to use digital technology in their daily operations. Several business actors have started implementing e-commerce and social media to expand their market reach, while others have started utilizing sales data from digital*

*platforms to develop more effective marketing strategies. Challenges such as limited internet access and business capital are still obstacles, but can be overcome with ongoing support from the government and the private sector. This activity has a positive impact on the local economy by increasing the competitiveness of Sayan Village MSMEs in the wider market. The sustainability of this program is very important, considering that digital transformation requires continuous assistance so that MSMEs can maintain and develop the results that have been achieved. Overall, this program provides a strong foundation for MSMEs to digitally transform and thrive in the digital economy era.*

*Keywords: digital literacy; digital marketing; digital transformation; e-commerce; sayan village; UMKM*

## **PENDAHULUAN**

Desa Sayan, yang terletak di Kabupaten Gianyar, Bali, merupakan salah satu desa dengan potensi ekonomi yang cukup besar. Potensi ini tercermin dari berbagai sektor, terutama dalam industri kerajinan, pertanian, dan pariwisata. Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah (UMKM) menjadi tulang punggung ekonomi desa tersebut. Dengan keberadaan UMKM yang cukup dominan, berbagai produk unggulan telah dihasilkan oleh masyarakat Desa Sayan, mulai dari hasil kerajinan tangan, produk pangan lokal, hingga produk-produk berbasis pariwisata. Namun, seiring perkembangan zaman, UMKM di Desa Sayan menghadapi tantangan signifikan dalam hal pemasaran dan akses ke pasar yang lebih luas. Transformasi digital merupakan sebuah keniscayaan di era globalisasi saat ini. Digitalisasi bukan hanya tentang adopsi teknologi, melainkan juga mengenai bagaimana UMKM dapat memanfaatkan teknologi tersebut untuk meningkatkan efisiensi operasional dan memperluas jangkauan pasar (Widnyani, et al., 2021). Penerapan teknologi digital, khususnya dalam bentuk e-commerce, dapat menjadi solusi utama untuk mendorong pertumbuhan UMKM. E-commerce membuka peluang bagi pelaku UMKM untuk menjual produk mereka tidak hanya pada pasar lokal, tetapi juga pada pasar nasional bahkan internasional. Namun, meski manfaat e-commerce telah banyak dibahas, kenyataan di lapangan menunjukkan bahwa tidak semua UMKM memiliki akses atau kemampuan untuk memanfaatkan teknologi ini dengan optimal. Banyak pelaku UMKM yang masih berfokus pada metode pemasaran tradisional, seperti penjualan langsung di toko fisik atau pemasaran dari mulut ke mulut. Padahal, dengan adanya platform e-commerce, UMKM dapat menghemat biaya pemasaran, menjangkau lebih banyak konsumen, serta bersaing dengan perusahaan besar dalam skala yang lebih luas.

Desa Sayan adalah salah satu desa yang masih perlu penguatan dalam aspek digitalisasi, terutama untuk meningkatkan daya saing UMKM-nya. Berdasarkan survei awal, beberapa tantangan utama yang dihadapi oleh UMKM Desa Sayan dalam penerapan e-commerce antara lain: Rendahnya literasi digital di kalangan pemilik usaha, Minimnya infrastruktur digital, seperti konektivitas internet yang tidak merata, Kurangnya pemahaman tentang strategi pemasaran digital yang efektif. Keterbatasan akses ke sumber daya yang dapat menunjang transformasi digital, seperti modal untuk pengembangan website atau aplikasi mobile. Dalam konteks ini, pengabdian kepada masyarakat berbasis transformasi digital memiliki peran yang sangat penting untuk mendukung UMKM Desa Sayan. Kegiatan pengabdian ini bertujuan untuk meningkatkan literasi digital, memberikan pelatihan mengenai strategi pemasaran berbasis e-commerce, serta mendukung pelaku usaha dalam memanfaatkan teknologi sebagai alat untuk pertumbuhan bisnis mereka. Kegiatan ini juga diharapkan dapat memecahkan berbagai tantangan yang dihadapi UMKM Desa Sayan dengan memberikan solusi yang berkelanjutan.

Perubahan perilaku konsumen juga perlu diperhatikan dalam pengembangan UMKM berbasis e-commerce. Dalam beberapa tahun terakhir, terjadi perubahan signifikan dalam cara konsumen berbelanja. Konsumen semakin mengandalkan teknologi digital dalam melakukan pembelian produk atau layanan, terutama setelah pandemi COVID-19 yang mempercepat adopsi teknologi oleh berbagai kalangan. E-commerce memungkinkan konsumen untuk lebih mudah membandingkan harga, membaca ulasan produk, dan membeli barang tanpa harus meninggalkan rumah. Kondisi ini menjadi peluang besar bagi UMKM untuk menyesuaikan diri dengan preferensi konsumen yang semakin terhubung dengan dunia digital (Widnyani et al., 2021). Dalam pengabdian ini, berbagai aspek pemasaran digital akan diperkenalkan kepada para pelaku UMKM, mulai dari pembuatan toko online, pengelolaan media sosial, hingga optimalisasi mesin pencari (SEO). Selain itu, akan diberikan pemahaman mengenai pentingnya analisis data digital untuk memahami tren pasar dan perilaku konsumen. Dengan demikian, UMKM dapat lebih responsif terhadap perubahan pasar dan dapat mengembangkan strategi yang lebih efektif untuk menarik konsumen. Tujuan jangka panjang dari program pengabdian ini adalah menciptakan ekosistem digital yang mendukung pertumbuhan UMKM di Desa Sayan. Dengan adopsi teknologi yang tepat, diharapkan UMKM dapat berkembang dan bersaing secara sehat di pasar yang lebih luas. Selain itu, transformasi digital juga diharapkan dapat meningkatkan produktivitas dan efisiensi dalam operasional bisnis UMKM, sehingga menciptakan dampak ekonomi yang positif bagi masyarakat Desa Sayan secara keseluruhan.

## **METODE**

Metode kegiatan yang kami gunakan dalam kegiatan pengabdian ini dirancang untuk memastikan bahwa pelatihan dan pendampingan yang diberikan dapat diterima dan diaplikasikan dengan baik oleh pelaku UMKM di Desa Sayan. Kegiatan ini dibagi menjadi beberapa tahap yang sistematis, yaitu:

1. Tahap Persiapan: Dalam Tahap pertama dalam kegiatan ini adalah persiapan yang mencakup survei awal untuk mengidentifikasi kebutuhan dan tantangan yang dihadapi oleh UMKM di Desa Sayan. Survei ini dilakukan melalui wawancara dan kuesioner yang disebar kepada para pelaku UMKM untuk mendapatkan gambaran jelas mengenai literasi digital mereka, kendala yang dihadapi dalam pemasaran, serta harapan mereka terhadap program pengabdian ini. Selain itu, pada tahap ini juga dilakukan pemetaan infrastruktur digital di desa, termasuk akses internet dan perangkat digital yang tersedia.



Gambar 1: Tahap Survei ke Rumah Pelaku UMKM

2. Tahap Pelatihan Tahap kedua adalah pelaksanaan pelatihan, yang terdiri dari beberapa sesi. Setiap sesi akan fokus pada satu aspek penting dalam penerapan e-commerce, antara lain:
  - 1) Pengantar E-commerce dan Transformasi Digital: Memberikan pemahaman dasar mengenai konsep e-commerce, manfaatnya bagi UMKM, dan langkah-langkah yang diperlukan untuk mengadopsi teknologi ini.
  - 2) Pembuatan dan Pengelolaan Toko Online: Melatih pelaku UMKM untuk membuat design dan logo produk untuk toko online, baik melalui platform e-commerce yang sudah ada maupun melalui situs web mandiri.



Gambar 2. Tahap 2: Membuat design produk yang di Jual

- 3) Pemasaran Digital melalui Media Sosial: Memberikan pelatihan tentang bagaimana memanfaatkan media sosial seperti Instagram, Facebook, dan TikTok untuk memasarkan produk secara efektif.



Gambar 3. Tahap 3 membuat design banner untuk indentitas toko online

- 4) Optimalisasi SEO dan Analisis Data: Mengajarkan teknik optimisasi mesin pencari (SEO) dan pentingnya analisis data digital untuk mengidentifikasi tren pasar.
3. Tahap Pendampingan Setelah pelatihan selesai, peserta akan mendapatkan pendampingan secara berkala untuk memastikan bahwa ilmu yang mereka dapatkan dalam pelatihan dapat diimplementasikan dengan baik. Tim pengabdian akan menyediakan sesi konsultasi untuk membantu menyelesaikan masalah yang dihadapi dalam pengelolaan toko online, strategi pemasaran, atau analisis data.

4. Monitoring dan Evaluasi Pada akhir program, akan dilakukan evaluasi untuk mengukur keberhasilan kegiatan ini. Evaluasi dilakukan melalui survei kepuasan peserta dan analisis terhadap peningkatan literasi digital serta penerapan strategi pemasaran e-commerce di kalangan UMKM Desa Sayan. Hasil evaluasi ini akan digunakan sebagai dasar untuk pengembangan program lebih lanjut di masa mendatang.

## HASIL DAN PEMBAHASAN

Dari pelaksanaan program pengabdian kepada masyarakat tentang penerapan e-commerce pada UMKM di Desa Sayan yang berlangsung pada tanggal 25 Agustus - 30 Agustus 2024 bertempat di UMKM di Desa Sayan, Kecamatan Ubud, Kabupaten Gianyar Provinsi Bali berbagai hasil telah dicapai. Hasil kegiatan ini meliputi beberapa aspek yang secara langsung dan tidak langsung mempengaruhi kemampuan pelaku UMKM dalam menerapkan strategi pemasaran berbasis e-commerce diantaranya:

Tabel 1.

Strategi pemasaran berbasis e-commerce

No	Tanggal Pelaksanaan	Kegiatan Yang dilaksanakan	Hasil Kegiatan
1	25 Agustus 2024 -26 Agustus 2024	➤ Peningkatan Literasi Digital	Hasil pertama dari kegiatan pengabdian ini 1. Peningkatan literasi digital di kalangan pelaku UMKM. Sebelum program ini dilaksanakan, sebagian besar pelaku UMKM di Desa Sayan memiliki keterbatasan dalam pengetahuan teknologi, terutama terkait dengan penggunaan perangkat digital dan pemanfaatan internet untuk keperluan bisnis. Melalui pelatihan yang diberikan dalam program ini, pelaku UMKM mulai memahami berbagai konsep dasar digitalisasi dan e-commerce, termasuk cara memanfaatkan internet untuk kegiatan bisnis.
	27 Agustus -28 Agustus 2024	Penerapan E-Commerce	Dalam Kegiatan pendampingan hari ke-2 dilakukan pelatihan yang mencakup pembuatan design toko online, banyak pelaku UMKM yang berhasil memanfaatkan platform e-commerce untuk menjual produk mereka secara online. Beberapa di antaranya memilih untuk menggunakan platform marketplace yang sudah ada, seperti Tokopedia, Shopee, dan Bukalapak, sementara yang lain membuat website toko online mereka sendiri.
	29-30 Agustus 2024	Pemanfaatan Media Sosial untuk Pemasaran	hasil kegiatan yang paling berdampak adalah peningkatan penggunaan media sosial untuk pemasaran produk. Sebelum pelatihan, banyak UMKM yang belum memahami potensi besar dari media sosial seperti Instagram, Facebook, dan TikTok sebagai alat pemasaran.



Gambar 4. Dokumentasi Produk UMKM Olahan Produk Pangan Di Desa Sayan

Dalam Kegiatan Pengabdian kepada Masyarakat Di Desa Sayan ini terlihat nyata bahwa Salah satu bukti peningkatan literasi digital yang signifikan adalah peningkatan partisipasi pelaku UMKM dalam diskusi dan sesi tanya jawab selama pelatihan berlangsung. Banyak peserta yang sebelumnya pasif dalam menggunakan teknologi kini lebih antusias mencoba berbagai aplikasi dan platform digital untuk mempromosikan produk mereka. Hal ini menunjukkan adanya perubahan sikap yang positif terhadap teknologi digital, yang sebelumnya dianggap sulit dan membingungkan oleh banyak pelaku UMKM. Selain peningkatan literasi digital, salah satu hasil penting dari kegiatan ini adalah mulai diterapkannya e-commerce dalam kegiatan operasional UMKM di Desa Sayan. Contoh-contoh penerapan e-commerce oleh UMKM Desa Sayan yaitu UMKM Produk Pangan Lokal: Pelaku usaha yang memproduksi makanan khas desa seperti Jajanan Bali, Loloh Daun Kelor dan Jamu Tradisional yang juga mulai memasarkan produknya melalui media sosial dan marketplace. Mereka memanfaatkan fitur-fitur di platform tersebut untuk mengatur stok barang, memproses pembayaran, serta mengirimkan barang ke pelanggan di berbagai wilayah.

Pelatihan mengenai pembuatan dan pengelolaan toko online memberikan dampak nyata bagi UMKM, terutama dalam memperluas jangkauan pasar mereka. Sebelumnya, sebagian besar pelaku usaha hanya mengandalkan pelanggan dari sekitar desa atau turis yang berkunjung. Kini, dengan adanya toko online, mereka dapat menarik pelanggan dari luar daerah yang tidak terbatas oleh jarak geografis. Beberapa UMKM melaporkan bahwa setelah mulai aktif memposting produk dan cerita tentang bisnis mereka di media sosial, jumlah pengikut akun mereka meningkat secara signifikan. Hal ini menunjukkan adanya ketertarikan dari audiens digital terhadap produk-produk UMKM lokal. Penggunaan iklan berbayar di media sosial: Setelah mempelajari tentang pemasaran digital, beberapa UMKM mulai mencoba menggunakan fitur iklan berbayar di Facebook dan Instagram. Mereka melaporkan bahwa iklan berbayar ini berhasil menjangkau lebih banyak calon pelanggan, yang akhirnya meningkatkan penjualan produk.



Gambar 5. Dokumentasi Akhir Hasil Kegiatan pengabdian Kepada Masyarakat di Desa Sayan, Ubud, Bali

Meskipun hasil kegiatan ini menunjukkan banyak kemajuan, masih ada tantangan yang dihadapi oleh UMKM di Desa Sayan. Beberapa tantangan utama yang masih harus diatasi antara lain: Infrastruktur internet yang belum merata: Di beberapa bagian desa, akses internet masih terbatas, sehingga menyulitkan pelaku usaha untuk menjalankan bisnis online dengan optimal. Modal usaha untuk transformasi digital: Beberapa UMKM masih menghadapi kendala modal untuk mengembangkan infrastruktur digital mereka, seperti pembuatan website profesional atau investasi dalam kampanye iklan berbayar. Dengan hasil-hasil positif dan tantangan yang ada, kegiatan pengabdian ini diharapkan dapat terus berlanjut dan memberikan dampak yang lebih besar bagi UMKM di Desa Sayan.

## SIMPULAN

Kegiatan pengabdian kepada masyarakat dengan tema "Transformasi Digital: Penerapan Pemasaran Berbasis E-commerce pada UMKM" yang berlangsung di Desa Sayan pada tanggal 25-30 Agustus 2024 telah memberikan dampak positif yang signifikan bagi pelaku UMKM setempat. Pelatihan dan pendampingan yang diberikan berhasil meningkatkan literasi digital pelaku UMKM, mendorong mereka untuk memanfaatkan e-commerce dan media sosial sebagai alat pemasaran, serta memberikan wawasan tentang pentingnya analisis data dan SEO untuk mengoptimalkan bisnis mereka. Keberlanjutan program ini sangat bergantung pada dukungan lanjutan dalam bentuk pelatihan berkelanjutan, pendampingan teknis, serta akses ke infrastruktur digital yang lebih baik. Tantangan utama seperti keterbatasan akses internet dan modal untuk transformasi digital harus ditangani melalui kerja sama antara pemerintah, pihak swasta, dan pelaku UMKM. Dukungan jangka panjang akan memastikan bahwa UMKM di Desa Sayan mampu mempertahankan perkembangan ini dan terus beradaptasi dengan tren digital di masa depan. Secara keseluruhan, program ini telah memberikan landasan kuat bagi UMKM di Desa Sayan untuk bertransformasi secara digital dan meningkatkan daya saing mereka dalam pasar yang semakin digitalisasi.

## DAFTAR PUSTAKA

- Arif, M., Riwu, Y. F., Hasya, A., Fuadi, D. K., Rina, R., Holisoh, S., ... & Yusuf, R. (2024). *Strategi Pemasaran*. PT Penamuda Media.
- Bharadwaj, A., El Sawy, O. A., Pavlou, P. A., & Venkatraman, N. (2013). Digital business strategy: Toward a next-generation of insights. *MIS Quarterly*, 37(2), 471-482.
- Chaffey, D., & Ellis-Chadwick, F. (2019). *Digital Marketing: Strategy, Implementation, and Practice*. Pearson.
- Fitzgerald, M., Kruschwitz, N., Bonnet, D., & Welch, M. (2014). Embracing Digital Technology: A New Strategic Imperative. *MIT Sloan Management Review*.
- Gill, A., Kamal, M. M., & Miller, S. (2021). Understanding Digital Literacy and its Impact on Business Performance: A Study of Small Businesses. *Journal of Business Research*.
- Laudon, K. C., & Traver, C. G. (2020). *E-Commerce 2020: Business, Technology, and Society*. Pearson.
- Ng, W. (2012). Can we teach digital natives digital literacy? *Computers & Education*, 59(3), 1065-1078.
- Nguyen, T. H., Newby, M., & Macaulay, M. J. (2015). E-business adoption in small businesses: Challenges and solutions. *Industrial Management & Data Systems*, 115(3), 541-558.
- Tidd, J., & Bessant, J. (2018). *Managing Innovation: Integrating Technological, Market, and Organizational Change*. John Wiley & Sons.
- Vial, G. (2019). Understanding digital transformation: A review and a research agenda. *The Journal of Strategic Information Systems*, 28(2), 118-144.
- Widnyani, N. M., Astitiani, N. L. P. S., & Putri, B. C. L. (2021). Penerapan transformasi digital pada UKM selama pandemi Covid-19 di Kota Denpasar. *Jurnal Ilmiah Manajemen Dan Bisnis*, 6(1), 79-87
- Widnyani, N. M., & Astitiani, N. L. P. S. (2023). Pengaruh Disrupsi Digital Menggunakan Content Marketing Terhadap Keputusan Pembelian Produk pada Umkm di Kota Denpasar. *Ekuitas: Jurnal Pendidikan Ekonomi*, 11(1), 158-163.
- Widnyani, N. M., Astitiani, N. L. P. S., & Putri, B. C. L. (2021). Implementation of Digital Transformation in SMEs during the Covid-19 Pandemic in Denpasar City. *Scientific Journal of Management and Business*, 6(1), 79-87.