

PENINGKATAN KAPASITAS PENGUSAHA UMKM MELALUI PELATIHAN PEMASARAN DIGITAL

Endang Hatma Juniwati¹, Radia Purbayati², Rosma Pakpahan³, Waway Qodratulloh S⁴

^{1,2,3,4} Politeknik Negeri Bandung, Bandung, Indonesia

e-mail: ehjuniwati@polban.ac.id¹, radia.purbayati@polban.ac.id², rosma.pakpahan@polban.ac.id³, waway@polban.ac.id⁴

Abstrak

Program Pengabdian kepada Masyarakat (PKM) Politeknik Negeri Bandung dilaksanakan untuk meningkatkan literasi digital dan keterampilan pemasaran daring para pelaku Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah (UMKM) anggota Serikat Usaha Muhammadiyah (SUMU) Kota Bandung. Kegiatan ini berangkat dari kesenjangan adopsi teknologi di kalangan UMKM yang menyebabkan keterbatasan dalam pemanfaatan media digital untuk promosi dan pengelolaan usaha. Melalui pendekatan partisipatif dan kolaboratif, tim PKM merancang tiga tahapan kegiatan, yakni pemetaan kebutuhan mitra, pelatihan teknis digital marketing, serta pendampingan implementatif. Pelatihan difokuskan pada pengenalan konsep branding digital, strategi konten media sosial, serta pemanfaatan kecerdasan buatan (AI) untuk pembuatan konten promosi. Peserta dilatih menggunakan aplikasi seperti Canva, CapCut, Google Trends, dan Meta Business Suite. Evaluasi menunjukkan peningkatan pengetahuan peserta hingga 86%, dengan 72% telah mampu mengelola profil usaha melalui Google My Business dan 80% menggunakan AI untuk mendukung promosi. Dampak kegiatan juga terlihat dari peningkatan omzet hingga 20% serta terbentuknya komunitas SUMU Digital Learning Group sebagai wadah pembelajaran berkelanjutan. Hasil PKM ini menunjukkan bahwa pendekatan pelatihan berbasis praktik dan kebutuhan riil efektif dalam meningkatkan kompetensi digital, memperkuat jejaring sosial ekonomi, dan mendorong transformasi digital UMKM. Program ini menegaskan peran perguruan tinggi sebagai agen perubahan sosial yang menghubungkan keilmuan akademik dengan pemberdayaan masyarakat berbasis teknologi.

Kata Kunci: Literasi Digital, UMKM, Pemasaran Daring, AI, Pemberdayaan Masyarakat

Abstract

The Community Service Program (PKM) conducted by Politeknik Negeri Bandung aimed to enhance digital literacy and online marketing skills among members of the Muhammadiyah Business Union (Serikat Usaha Muhammadiyah/SUMU) in Bandung City. This initiative was motivated by the digital adoption gap among Micro, Small, and Medium Enterprises (MSMEs), which limits their ability to utilize digital media for promotion and business management. Using participatory and collaborative approaches, the PKM team designed three stages of activity: partner needs assessment, technical digital marketing training, and implementation mentoring. The training focused on introducing digital branding concepts, social media content strategies, and the use of Artificial Intelligence (AI) for promotional content creation. Participants were trained to use tools such as Canva, CapCut, Google Trends, and Meta Business Suite. Evaluation results showed a 86% increase in participants' knowledge, with 72% successfully managing their business profiles via Google My Business and 80% utilizing AI tools for content development. The program also resulted in a sales increase of up to 20% and the establishment of the SUMU Digital Learning Group as a sustainable peer-learning platform. The outcomes indicate that practice-based and need-oriented training effectively improves digital competence, strengthens socio-economic networks, and promotes MSME digital transformation. This program underscores the role of higher education institutions as agents of social change, bridging academic knowledge with community empowerment through technology.

Keywords: Digital Literacy, Msmes, Online Marketing, Artificial Intelligence, Community Empowerment.

PENDAHULUAN

Perkembangan ekonomi digital di Indonesia telah membuka peluang besar bagi pelaku Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah (UMKM) untuk memperluas pasar dan meningkatkan daya saing (Arsi et al, 2022; Fuadi et al, 2021). Namun, transformasi digital ini belum diikuti secara merata oleh seluruh

pelaku UMKM, terutama yang berada di tingkat mikro dan komunitas local (Saerang et al, 2024; Suparman et al, 2025; Sailendra et al; 2021). Banyak di antara mereka masih menghadapi keterbatasan dalam literasi digital, penguasaan teknologi, serta strategi pemasaran berbasis data. Kondisi tersebut menjadikan UMKM rentan tertinggal dalam arus perubahan ekonomi yang semakin berbasis digital (Saerang et al, 2024; Talahi & Le, 2024; Sinulingga, 2019).

Kota Bandung, sebagai salah satu pusat pertumbuhan ekonomi kreatif di Indonesia, memiliki potensi besar dalam pengembangan UMKM, terutama di sektor kuliner, kriya, dan jasa. Salah satu komunitas yang aktif dalam ekosistem tersebut adalah Serikat Usaha Muhammadiyah (SUMU) Kota Bandung, yang beranggotakan pelaku usaha mikro di Kota Bandung. Komunitas ini menjadi wadah kolaborasi dan berbagi pengetahuan antar-UMKM, namun masih menghadapi tantangan dalam mengoptimalkan teknologi digital sebagai sarana promosi dan pengelolaan usaha. Sebagian besar anggotanya belum terbiasa menggunakan platform digital seperti Google My Business, social media analytics, atau e-commerce dashboard untuk memahami perilaku konsumen dan tren pasar.

Permasalahan tersebut menjadi latar belakang utama pelaksanaan Program Pengabdian kepada Masyarakat (PKM) Politeknik Negeri Bandung tahun 2025, yang berfokus pada peningkatan kapasitas literasi digital pelaku UMKM anggota SUMU. Program ini diarahkan untuk membekali mitra dengan kemampuan praktis dalam memanfaatkan teknologi informasi, mulai dari perencanaan konten promosi, pengelolaan media sosial, hingga analisis hasil pemasaran digital. Melalui model pelatihan partisipatif dan pendampingan intensif, kegiatan ini diharapkan dapat meningkatkan efisiensi, produktivitas, dan jangkauan pasar pelaku UMKM secara berkelanjutan.

Urgensi program ini juga didukung oleh kebijakan nasional. Berdasarkan data Kementerian Koperasi dan UKM (2024), kontribusi UMKM terhadap Produk Domestik Bruto (PDB) Indonesia mencapai lebih dari 60%, dengan serapan tenaga kerja lebih dari 97% populasi produktif. Namun, baru sekitar 27% UMKM yang telah bertransformasi digital, baik melalui platform e-commerce maupun sistem keuangan digital (Junaidi, 2024). Kondisi tersebut menunjukkan kesenjangan digital yang perlu segera dijembatani melalui pendidikan dan pendampingan terstruktur. Selain itu, kegiatan ini juga mendukung capaian Sustainable Development Goals (SDGs) khususnya tujuan ke-8, yaitu Pekerjaan Layak dan Pertumbuhan Ekonomi, serta memperkuat implementasi Indikator Kinerja Utama (IKU) 5 perguruan tinggi, yang menekankan kontribusi dosen dalam penyelesaian masalah nyata di masyarakat.

Dengan demikian, kegiatan PKM ini tidak hanya bertujuan mentransfer keterampilan teknis, tetapi juga membangun kesadaran pentingnya budaya digital dalam ekosistem usaha kecil. Melalui pendekatan partisipatif dan berbasis kebutuhan mitra, program ini diharapkan melahirkan komunitas pelaku UMKM yang adaptif, kreatif, serta mampu bersaing di tengah disrupsi ekonomi digital.

METODE

Menjawab tantangan rendahnya literasi digital di kalangan pelaku usaha anggota SUMU, tim PKM POLBAN merancang serangkaian metode pelaksanaan kegiatan peningkatan kapasitas mitra yang bersifat partisipatif, kolaboratif, dan aplikatif. Pendekatan ini dirancang untuk memastikan bahwa transfer ilmu dan teknologi tidak hanya berhenti pada tahap pelatihan, tetapi juga mampu diimplementasikan secara berkelanjutan oleh mitra.

Pelaksanaan kegiatan dilakukan melalui tiga pendekatan utama, yaitu Fasilitasi dan Pemetaan Kebutuhan Mitra, Pelatihan Teknis dan Praktik Digital Marketing, serta Pendampingan Implementatif dan Evaluasi Hasil. Setiap pendekatan saling berkesinambungan, dimulai dari proses identifikasi masalah hingga penerapan solusi yang terukur.

a. Fasilitasi dan Pemetaan Kebutuhan Mitra

Tahap awal kegiatan difokuskan pada proses fasilitasi dan dialog partisipatif dengan pengurus serta anggota komunitas SUMU. Kegiatan ini bertujuan untuk menggali secara mendalam permasalahan yang dihadapi mitra, terutama dalam aspek promosi digital, pengelolaan konten, dan manajemen penjualan daring. Tim pelaksana melakukan needs assessment melalui wawancara terarah dan observasi terhadap aktivitas digital mitra, termasuk analisis terhadap akun media sosial dan saluran penjualan daring yang telah digunakan. Hasil dari tahap ini menjadi dasar dalam penyusunan modul pelatihan yang sesuai dengan konteks dan kapasitas peserta.

b. Pelatihan Teknis dan Praktik Digital Marketing

Tahap berikutnya adalah pelaksanaan pelatihan teknis yang dirancang dalam bentuk workshop interaktif. Materi pelatihan meliputi pengenalan konsep branding digital, strategi konten di media sosial, pemanfaatan insight analytics, serta manajemen kampanye pemasaran berbasis data. Dalam pelatihan ini, peserta dilibatkan secara aktif melalui simulasi dan studi kasus yang diambil dari kegiatan promosi usaha mereka sendiri. Pendekatan ini bertujuan agar peserta tidak hanya memahami konsep secara teoretis, tetapi juga mampu mengaplikasikannya secara langsung pada usaha masing-masing. Selain itu, tim pelaksana memperkenalkan penggunaan alat bantu digital sederhana seperti Canva, Google Trends, dan Meta Business Suite untuk membantu peserta membuat konten visual yang menarik dan mengukur efektivitas kampanye promosi mereka.

c. Pendampingan Implementatif dan Evaluasi Hasil

Tahap akhir dari kegiatan ini adalah pendampingan intensif yang berfokus pada penerapan hasil pelatihan. Tim PKM mendampingi mitra dalam mengimplementasikan strategi digital marketing yang telah dirancang, termasuk penyusunan kalender konten, optimasi akun bisnis, serta evaluasi performa kampanye. Proses pendampingan dilakukan melalui pertemuan daring dan tatap muka secara berkala untuk memberikan umpan balik dan solusi terhadap kendala teknis yang dihadapi peserta. Evaluasi hasil dilakukan dengan membandingkan aktivitas digital mitra sebelum dan sesudah program melalui indikator peningkatan keterlibatan pengguna (engagement), jumlah pengunjung akun bisnis, serta peningkatan omzet penjualan.

Secara keseluruhan, metode pelaksanaan PKM ini menekankan pentingnya pendekatan learning by doing, di mana mitra menjadi pelaku utama dalam proses pembelajaran. Model ini diharapkan dapat membangun kemandirian digital serta memperkuat ekosistem wirausaha lokal yang adaptif terhadap perkembangan teknologi.

HASIL DAN PEMBAHASAN

Pelaksanaan PKM dengan mitra SUMU Kota Bandung berlangsung dengan baik dan melibatkan partisipasi aktif dari seluruh unsur, baik dosen, mahasiswa, dan pelaku usaha. Kegiatan ini bertujuan meningkatkan kemampuan digital marketing para pelaku UMKM melalui pelatihan dan pendampingan intensif, sehingga mereka dapat memanfaatkan teknologi secara efektif untuk memperluas jangkauan usaha.

Tahapan kegiatan dimulai dari proses koordinasi dan perencanaan. Pada awal Juli 2025, tim pelaksana mengadakan rapat koordinasi pertama secara daring untuk menyepakati bentuk kegiatan, pemilihan narasumber, serta jadwal pelatihan. Dalam rapat tersebut, pengurus SUMU memberikan masukan mengenai kebutuhan aktual para anggotanya, terutama terkait kesulitan dalam membuat konten promosi dan mengelola media sosial. Berdasarkan hasil diskusi, disepakati bahwa pelatihan akan difokuskan pada pengenalan konsep branding digital serta pemanfaatan kecerdasan buatan (Artificial Intelligence/AI) dalam pembuatan konten pemasaran.

Rapat lanjutan diadakan pada 16 Juli 2025 untuk memastikan kesiapan teknis pelaksanaan. Pada pertemuan ini diputuskan bahwa pelatihan akan dilaksanakan pada 18 Juli 2025 di Gedung Dakwah Muhammadiyah Sukasari, Kota Bandung, dengan narasumber Wahyu Rafdinal, S.E., M.M., Ketua Program Studi Manajemen Pemasaran Polban. Jumlah peserta ditetapkan sebanyak 30 orang, terdiri atas 13 pelaku UMKM anggota SUMU dan 17 mahasiswa Polban yang memiliki usaha aktif. Komposisi ini dirancang agar terjadi pertukaran pengetahuan antara pelaku usaha berpengalaman dan mahasiswa wirausaha muda.

Pelatihan dilaksanakan secara hybrid, memadukan sesi tatap muka dan daring agar dapat diikuti seluruh peserta secara fleksibel. Sesi pertama difokuskan pada pemahaman dasar branding digital dan pentingnya identitas merek dalam meningkatkan kepercayaan pelanggan. Peserta diajak mengenali karakter produk mereka dan bagaimana menyesuaikan pesan promosi agar sesuai dengan target pasar.

Pada sesi berikutnya, peserta diperkenalkan pada penggunaan teknologi kecerdasan buatan (AI) untuk mendukung pembuatan konten promosi. Narasumber mendemonstrasikan berbagai aplikasi AI yang dapat membantu menghasilkan ide konten, menulis deskripsi produk, dan menentukan waktu unggahan terbaik. Peserta juga mempelajari cara memanfaatkan Google Trends dan fitur analitik media sosial untuk memahami minat konsumen.

Tahapan selanjutnya berupa praktik langsung pembuatan konten digital. Peserta berlatih menggunakan aplikasi Canva untuk membuat poster promosi dan CapCut untuk mengedit video pendek yang akan diunggah ke media sosial. Kegiatan berlangsung dalam suasana interaktif, di mana

setiap peserta menampilkan hasil desain mereka dan mendapatkan masukan dari narasumber maupun peserta lain. Pendekatan berbasis praktik ini membuat peserta lebih mudah memahami cara mengemas pesan pemasaran yang menarik.

Hasil evaluasi menunjukkan adanya peningkatan yang signifikan. Berdasarkan kuesioner dan pemantauan, 86% peserta mengalami peningkatan pengetahuan mengenai digital marketing, sedangkan 72% peserta berhasil mengelola Google My Business untuk profil usaha mereka. Dan, sebanyak 80% peserta mampu memanfaatkan aplikasi AI dalam pembuatan konten. Beberapa peserta juga melaporkan peningkatan penjualan antara 15–20% setelah menerapkan strategi digital yang diperoleh dari pelatihan.

Selain peningkatan keterampilan individu, kegiatan ini juga mendorong terbentuknya komunitas belajar daring “SUMU Digital Learning Group”, yang menjadi wadah bagi peserta untuk berbagi pengalaman dan praktik baik dalam pengelolaan konten digital. Komunitas ini terus aktif hingga akhir kegiatan, dan diharapkan menjadi sarana berkelanjutan untuk menjaga semangat kolaborasi.

Sebagai luaran kegiatan, tim PKM berhasil menghasilkan beberapa produk nyata, antara lain modul pelatihan digital marketing untuk UMKM, video dokumentasi dan testimoni peserta, serta konten publikasi kegiatan yang disebarakan melalui media sosial Polban dan SUMU. Selain itu, tim juga menyusun artikel ilmiah untuk dipublikasikan di jurnal pengabdian kepada masyarakat, guna mendiseminasikan hasil kegiatan kepada khalayak akademik yang lebih luas.

Pembahasan

Program PKM yang dilaksanakan bersama mitra SUMU Kota Bandung merupakan salah satu bentuk penerapan keilmuan perguruan tinggi dalam menjawab kebutuhan nyata masyarakat pelaku usaha mikro. Pelaksanaan kegiatan yang berfokus pada peningkatan keterampilan pemasaran digital dan pemanfaatan teknologi kecerdasan buatan (Artificial Intelligence/AI) telah menghasilkan berbagai dampak positif, baik bagi mitra maupun bagi mahasiswa yang terlibat. Pembahasan ini menguraikan keterkaitan antara metode yang digunakan, hasil yang diperoleh, serta implikasi sosial dan akademik dari kegiatan tersebut.

Kegiatan ini berangkat dari kondisi riil bahwa sebagian besar pelaku UMKM di Kota Bandung belum memiliki kemampuan optimal dalam mengelola media digital untuk kepentingan promosi produk. Mereka umumnya masih mengandalkan cara konvensional seperti promosi dari mulut ke mulut, penjualan langsung di lokasi usaha, dan penggunaan media sosial yang terbatas pada unggahan tanpa strategi. Hasil wawancara awal dengan mitra SUMU menunjukkan bahwa mayoritas anggota komunitas belum memahami peran data analitik dan desain komunikasi visual dalam membangun citra merek. Hal ini sejalan dengan temuan Kementerian Koperasi dan UKM (2024) yang menyatakan bahwa meskipun lebih dari 60% kontribusi ekonomi nasional berasal dari sektor UMKM, namun tingkat transformasi digital UMKM di Indonesia baru mencapai sekitar 27%. Kondisi tersebut menjadi dasar bagi pelaksanaan PKM ini, dengan harapan dapat mempersempit kesenjangan digital antara pelaku usaha lokal dan kebutuhan pasar modern.

A. Integrasi Pendekatan Partisipatif dan Hasil yang Dicapai

Pelaksanaan program ini menggunakan pendekatan partisipatif, di mana mitra tidak hanya berperan sebagai penerima manfaat, tetapi juga turut terlibat aktif dalam setiap tahap kegiatan. Pada tahap awal, tim PKM melakukan pemetaan kebutuhan dan fasilitasi bersama pengurus SUMU. Proses ini bukan sekadar administrasi pendahuluan, tetapi juga sarana membangun kepercayaan dan menyamakan persepsi antara pelaksana dan mitra. Keterlibatan langsung mitra dalam menentukan fokus pelatihan menjadi kunci keberhasilan kegiatan karena setiap materi yang diajarkan benar-benar menjawab kebutuhan riil mereka.

Pelatihan utama yang dilaksanakan menjadi momentum penting dalam peningkatan kapasitas peserta. Materi tentang *branding digital* dan pemanfaatan AI dalam pembuatan konten promosi diterima dengan antusias oleh para peserta. Dari hasil observasi selama pelatihan, tampak bahwa peserta dengan latar belakang nonteknologi mampu mengikuti setiap sesi dengan baik karena pendekatan yang digunakan bersifat praktis dan aplikatif. Pemateri memberikan contoh langsung penggunaan alat bantu digital seperti *Canva* untuk desain promosi, *CapCut* untuk pembuatan video singkat, serta *ChatGPT* dan *Bing Image Creator* untuk membantu penulisan caption dan ide visual produk. Pendekatan berbasis *learning by doing* ini mendorong peserta untuk belajar aktif dan percaya diri mencoba hal baru.

Dari sisi hasil, peningkatan kemampuan peserta dapat dilihat secara kuantitatif maupun kualitatif. Berdasarkan kuesioner evaluasi, terdapat peningkatan pengetahuan peserta dari rata-rata 58% sebelum pelatihan menjadi 86% sesudahnya. Peningkatan tersebut terutama pada aspek penguasaan media sosial, strategi penentuan waktu unggahan, dan penyusunan konten promosi yang menarik. Secara kualitatif, peserta menunjukkan perubahan perilaku dalam memanfaatkan teknologi digital; mereka mulai merencanakan unggahan secara terjadwal, menggunakan *Google My Business* untuk memperkuat profil usaha, dan melakukan kolaborasi konten antaranggota komunitas. Fakta ini menegaskan bahwa pendekatan pelatihan yang berbasis kebutuhan dan praktik langsung mampu menciptakan dampak pembelajaran yang berkelanjutan.

Hasil ini konsisten dengan teori *participatory empowerment* yang dikemukakan oleh Chambers yang menekankan bahwa masyarakat akan mampu berdaya apabila terlibat secara aktif dalam proses perubahan (Veta, 2024). Dalam konteks ini, pelaku UMKM SUMU tidak sekadar menerima pelatihan, tetapi turut menjadi subjek yang menentukan langkah pengembangan usaha mereka sendiri. Keterlibatan aktif tersebut menjadikan kegiatan PKM ini tidak berhenti pada tataran transfer ilmu, melainkan juga membangun rasa kepemilikan terhadap proses transformasi digital.

B. Perubahan Kompetensi dan Dampak Sosial Ekonomi

Dampak kegiatan PKM SUMU 2025 dapat dilihat dari tiga dimensi utama: peningkatan kompetensi digital, perubahan perilaku usaha, dan perluasan jejaring sosial ekonomi.

Pertama, dari sisi kompetensi digital, pelatihan ini berhasil meningkatkan pemahaman peserta dalam mengelola media sosial dan memanfaatkan data analitik sederhana. Peserta mampu menilai efektivitas unggahan berdasarkan tingkat keterlibatan (*engagement rate*) dan respons audiens. Mereka juga mulai memahami pentingnya identitas visual dan konsistensi pesan promosi. Perubahan ini memperlihatkan bahwa literasi digital tidak hanya terkait kemampuan teknis, tetapi juga cara berpikir strategis dalam berkomunikasi dengan pelanggan.

Kedua, perubahan perilaku usaha terlihat dari peningkatan frekuensi dan kualitas aktivitas digital peserta. Sebelum pelatihan, sebagian besar peserta mengunggah konten secara sporadis tanpa perencanaan. Setelah program, sebanyak 60% peserta mulai rutin mengunggah konten minimal sekali seminggu dengan format visual dan narasi yang lebih menarik. Beberapa peserta bahkan melaporkan peningkatan penjualan sebesar 15–20% dalam dua minggu setelah mengimplementasikan strategi baru. Perubahan ini membuktikan bahwa keterampilan digital yang ditingkatkan melalui pendekatan kontekstual mampu memberikan dampak ekonomi langsung bagi pelaku usaha kecil.

Ketiga, dalam dimensi sosial, kegiatan ini berhasil membentuk *SUMU Digital Learning Group*, yaitu komunitas belajar daring yang berfungsi sebagai wadah berbagi pengalaman dan praktik baik antaranggota. Inisiatif ini muncul secara organik dari peserta setelah kegiatan utama berakhir. Kelompok ini menjadi sarana berkelanjutan untuk mempertahankan semangat kolaborasi dan saling dukung dalam mengembangkan usaha masing-masing. Fenomena ini menggambarkan keberhasilan PKM dalam membangun modal sosial yang kuat di tingkat komunitas.

Selain bagi mitra, kegiatan ini juga memberikan manfaat akademik dan pembelajaran bagi mahasiswa yang terlibat sebagai asisten pendamping. Melalui interaksi langsung dengan pelaku UMKM, mahasiswa memperoleh pengalaman nyata tentang penerapan teori komunikasi pemasaran digital, perilaku konsumen, dan manajemen konten. Mereka belajar untuk beradaptasi dengan karakteristik pelaku usaha yang beragam serta mengasah kemampuan empati sosial. Dengan demikian, kegiatan ini juga mendukung pencapaian *Indikator Kinerja Utama (IKU) 2*, yaitu keterlibatan mahasiswa dalam kegiatan yang relevan dengan dunia kerja dan masyarakat.

Keterkaitan Hasil dengan Teori dan Praktik Akademik

Secara akademik, keberhasilan kegiatan PKM SUMU 2025 dapat dijelaskan melalui pendekatan *experiential learning* yang menekankan pentingnya pengalaman langsung dalam proses pembelajaran. Pelatihan ini memberikan ruang bagi peserta untuk mengalami, mencoba, merefleksikan, dan memperbaiki praktik mereka sendiri dalam konteks nyata (Roland, 2017; Stella & Emilia, 2023). Pendekatan semacam ini efektif untuk masyarakat dewasa (*adult learners*), khususnya pelaku UMKM yang lebih mudah memahami konsep ketika dikaitkan dengan praktik usaha mereka sendiri.

Selain itu, penerapan teknologi kecerdasan buatan dalam pelatihan juga menjadi inovasi penting. Penggunaan AI bukan hanya untuk mempermudah pembuatan konten, tetapi juga untuk membangun pola pikir adaptif terhadap perubahan teknologi. Dalam konteks pemberdayaan masyarakat, teknologi AI dapat menjadi alat bantu untuk mempercepat transformasi digital tanpa menuntut kemampuan

teknis yang terlalu tinggi. Pendekatan ini sesuai dengan hasil penelitian Rahman dan Siregar (2023) yang menunjukkan bahwa integrasi teknologi sederhana dalam pelatihan UMKM mampu meningkatkan efisiensi dan efektifitas dalam promosi (Priliandani et al, 2024; Sarja & Wahyuni, 2023; Hendrawan et al, 2023).

Kegiatan ini juga memperkuat peran perguruan tinggi sebagai agen perubahan sosial (*change agent*). Melalui kolaborasi dengan mitra komunitas, dosen tidak hanya berperan sebagai penyampai pengetahuan, tetapi juga sebagai fasilitator dan katalisator transformasi. Pola ini memperlihatkan implementasi nyata dari tridharma perguruan tinggi, khususnya pada aspek pengabdian dan pembelajaran berbasis masyarakat (*community-based learning*).

C. Refleksi, Tantangan, dan Keberlanjutan Program

Meskipun kegiatan ini berhasil mencapai sebagian besar target, terdapat beberapa tantangan yang muncul selama pelaksanaan. Salah satu kendala utama adalah keterbatasan waktu pelatihan yang hanya berlangsung satu hari, sehingga pendalaman materi menjadi terbatas. Beberapa peserta membutuhkan sesi tambahan untuk memahami penggunaan AI tools secara lebih mendalam. Tantangan lain adalah variasi kemampuan digital peserta; sebagian pelaku UMKM masih sangat awam terhadap penggunaan perangkat digital dasar, sehingga memerlukan pendekatan pembelajaran yang lebih personal.

Untuk mengatasi kendala tersebut, tim PKM menginisiasi kegiatan pendampingan lanjutan secara daring. Pendampingan ini terbukti efektif karena peserta dapat belajar sesuai ritme masing-masing. Selain itu, tim mendorong terbentuknya komunitas belajar mandiri agar proses pembelajaran tidak berhenti setelah program berakhir. Upaya ini menunjukkan komitmen terhadap keberlanjutan dampak program, bukan hanya keberhasilan jangka pendek.

Dari sisi kelembagaan, kegiatan ini juga memberikan pelajaran penting tentang pentingnya sinergi antara perguruan tinggi dan komunitas lokal. Kolaborasi semacam ini membuka ruang inovasi sosial yang tidak hanya berfokus pada transfer teknologi, tetapi juga pada pembentukan ekosistem belajar yang inklusif. SUMU sebagai mitra menunjukkan komitmen tinggi dalam melanjutkan program secara mandiri, termasuk rencana pengembangan pelatihan tematik lanjutan seperti *keuangan digital* dan *strategi promosi lintas platform*.

D. Implikasi Akademik dan Sosial

Dari perspektif akademik, kegiatan PKM bermitra dengan SUMU dapat menjadi model pengabdian berbasis kebutuhan (*need-based community engagement*). Model ini efektif diterapkan karena menempatkan mitra sebagai pusat proses pembelajaran, bukan sekadar objek kegiatan. Pendekatan ini juga dapat direplikasi di komunitas lain dengan karakteristik serupa, misalnya koperasi, kelompok usaha kecil, atau komunitas wirausaha perempuan.

Secara sosial, kegiatan ini memperkuat kemampuan masyarakat untuk beradaptasi dengan era digital yang dinamis. Pelaku UMKM yang sebelumnya pasif kini mulai memanfaatkan teknologi untuk memperluas pasar dan meningkatkan daya saing. Transformasi ini selaras dengan visi pemerintah untuk mempercepat digitalisasi UMKM nasional.

SIMPULAN

Program Pengabdian kepada Masyarakat bersama SUMU Kota Bandung berhasil meningkatkan literasi digital dan kemampuan pemasaran daring pelaku UMKM. Melalui pelatihan berbasis praktik dan pendampingan intensif, peserta menunjukkan peningkatan signifikan dalam pemahaman strategi digital marketing, pemanfaatan Google My Business, serta penggunaan kecerdasan buatan untuk pembuatan konten. Pendekatan partisipatif mendorong keterlibatan aktif mitra, menghasilkan perubahan perilaku dan peningkatan kinerja usaha hingga 20%. Selain peningkatan keterampilan individu, kegiatan ini membentuk komunitas SUMU Digital Learning Group yang berfungsi sebagai wadah berbagi praktik baik. Program ini juga memperkuat peran perguruan tinggi sebagai katalisator transformasi sosial ekonomi melalui sinergi akademisi, mahasiswa, dan masyarakat. Ke depan, kegiatan serupa perlu dikembangkan dengan penekanan pada literasi keuangan digital agar transformasi ekonomi berbasis teknologi dapat berkelanjutan.

UCAPAN TERIMA KASIH

Tim pelaksana PKM menyampaikan terima kasih kepada Pusat Penelitian dan Pengabdian kepada Masyarakat (P3M) Politeknik Negeri Bandung atas dukungan pendanaan, koordinasi, serta fasilitas

yang diberikan selama pelaksanaan kegiatan ini. Apresiasi juga disampaikan kepada SUMU Kota Bandung selaku mitra pengabdian atas partisipasi aktif, kerja sama yang konstruktif, dan antusiasme seluruh anggota dalam mengikuti setiap tahapan kegiatan. Dukungan kedua pihak tersebut menjadi faktor penting yang memungkinkan terselenggaranya program Pengabdian kepada Masyarakat ini dengan baik serta menghasilkan luaran yang bermanfaat bagi pengembangan kapasitas digital pelaku UMKM dan penguatan sinergi antara perguruan tinggi dengan komunitas wirausaha lokal.

DAFTAR PUSTAKA

- Arsi, P., Subarkah, P., Damai, T., & Nurhakim, A. (2022). OPTIMASI UMKM DI KEC.KEDUNGBANTENG KAB.BANYUMAS MELALUI PENDEKATAN IPTEK GUNA KETAHANAN EKONOMI PADA MASA PANDEMI COVID-19. *SELAPARANG: Jurnal Pengabdian Masyarakat Berkemajuan*. <https://doi.org/10.31764/jpmb.v6i1.7951>.
- Fuadi, D., Akhyadi, A., & Saripah, I. (2021). Systematic Review: Strategi Pemberdayaan Pelaku UMKM Menuju Ekonomi Digital Melalui Aksi Sosial. *Diklus: Jurnal Pendidikan Luar Sekolah*. <https://doi.org/10.21831/diklus.v5i1.37122>.
- Hendrawan, A., Khoirudin, K., & Vydia, V. (2023). Pemanfaatan Instagram untuk Media Promosi dalam Meningkatkan Ketahanan UMKM bagi Forum Gerakan Terintegrasi Masyarakat Koperasi dan Usaha Mikro (Gerai Kopimi) Lamper Lor Semarang Selatan. *Jurnal Surya Masyarakat*. <https://doi.org/10.26714/jsm.6.1.2023.26-30>.
- Made, N., Priliandani, I., Dewa, I., Kristiantari, A., Ayu, G., Wulandari, A., Kunci, K., , U., Sederhana, P., Digital, P., Kelola, T., & Lokakarya, P. (2024). Pelatihan Pembukuan dan Pemasaran Digital UMKM Industri Gerabah Desa Pejaten Kecamatan Kediri Tabanan Bali. *Sasambo: Jurnal Abdimas (Journal of Community Service)*. <https://doi.org/10.36312/sasambo.v6i4.2154>.
- Roland, K. (2017). Experiential Learning: Learning through Reflective Practice. *International Journal for Cross-Disciplinary Subjects in Education*, 8, 2982-2989. <https://doi.org/10.20533/ijcdse.2042.6364.2017.0405>.
- Saerang, R., Gunawan, E., & Rogi, M. (2024). Peranan Transformasi Digital Pada Keberlangsungan Usaha UMKM di Kota Manado. *Manajemen dan Kewirausahaan*. <https://doi.org/10.53682/mk.v5i2.10527>.
- Sailendra, S., Djaddang, S., Syam, M., Susilawati, S., & Nungki, P. (2021). Tatakelola Keuangan UMKM Berbasis ETAP dan Android Untuk Meningkatkan Efisiensi Kinerja Usaha pada Era Covid-19 Normal Baru. *CAPACITAREA : Jurnal Pengabdian kepada Masyarakat*. <https://doi.org/10.35814/capacitarea.v1i02.2058>.
- Sarja, N., Utami, N., & Wahyuni, L. (2023). Pengembangan UMKM Kain Perca Melalui Pemanfaatan Teknologi Tepat Guna Di Tabanan Bali. *Lumbung Inovasi: Jurnal Pengabdian kepada Masyarakat*. <https://doi.org/10.36312/linov.v8i3.1345>.
- Sinulingga, S. (2019). Pembangunan Sistem Rantai Pasok Pada UMKM di Sumatera Utara. , 2. <https://doi.org/10.32734/ee.v2i4.668>.
- Stella, M., Claramita, M., & Emilia, O. (2023). Facilitating Reflection Using Experiential Learning Cycle During Community-Based Education Program. *European Journal of Educational Research*. <https://doi.org/10.12973/eu-jer.12.2.695>.
- Suparman, A., Jannah, I., Alfariz, A., Ramadhan, V., & Meilina, N. (2025). MENINGKATKAN BRANDING DESA KARANGMUKTI MELALUI PENGEMBANGAN E-COMMERCE DESA UNTUK UMKM LOKAL DI DESA KARANGMUKTI KECAMATAN CIPEUNDEUY KABUPATEN SUBANG. *Jurnal Kolaborasi Pengabdian Masyarakat Fakultas Ilmu Administrasi*. <https://doi.org/10.37950/s3yef725>.
- Talahi, E., & Ie, M. (2024). Dukungan Pemerintah sebagai Moderasi Pengaruh Transformasi Bisnis Digital dan Karakter Kewirausahaan terhadap Resiliensi UMKM. *Jurnal Manajerial Dan Kewirausahaan*. <https://doi.org/10.24912/jmk.v6i3.31610>.
- Veta, O. (2024). Exploring participatory approach to community development projects in Africa: Toward an empowerment-participatory approach for sustainable development. *Journal of Social Work*, 25, 301 - 317. <https://doi.org/10.1177/14680173241283396>.