



MENINGKATKAN VISIBILITAS DAN DAYA SAING UMKM: PEMANFAATAN DIGITAL MARKETING DAN LIVESTREAMING DI MEKAR ASRI CRAFT

Nur Heri Cahyana¹, Yudhy Widya Kusumo², June Cahyaningtyas³, Yenni Sri Utami⁴,
Agung Prabowo⁵, Oliver Samuel Simanjuntak⁶

^{1,2,3,4,5,6} Universitas Pembangunan Nasional Veteran Yogyakarta

Email korespondensi: yenni.sriutami@upnyk.ac.id

ABSTRACT

Mekar Asri Craft, a small enterprise located in the Kampung Santan Tourism Village, has significant potential in the coconut shell handicraft industry. However, to enhance its visibility and competitiveness, the business faces challenges in utilizing digital marketing technologies. This paper aims to explore how the use of digital marketing, social media, and livestreaming can expand the market reach and improve the competitiveness of Mekar Asri Craft. Through intensive training and mentorship involving the creation of new social media accounts (Instagram and TikTok), e-commerce utilization, and the implementation of livestreaming techniques, Mekar Asri Craft successfully introduced its products to a broader audience. By developing creative and consistent content strategies and optimizing the use of platform features, the business was able to increase followers and engagement on social media. Additionally, improvements in the appearance and management of its online store on platforms like Shopee further facilitated customer access to purchase products directly. Evaluation results show that the application of digital marketing and livestreaming significantly boosted engagement and expanded the business's market reach. With a more organized and technology-driven strategy, Mekar Asri Craft has the potential for rapid growth and increased competitiveness in the global market.

Keywords: Digital Marketing, E-Commerce, Livestreaming, Social Media, Small and Medium Enterprises (SMEs)

ABSTRAK

UMKM Mekar Asri Craft, yang berlokasi di Desa Wisata Kampung Santan, memiliki potensi besar dalam industri kerajinan batok kelapa. Namun, untuk meningkatkan visibilitas dan daya saing produk, perusahaan ini menghadapi tantangan dalam memanfaatkan teknologi pemasaran digital. Artikel ini bertujuan untuk mengeksplorasi bagaimana penggunaan digital marketing, media sosial, dan livestreaming dapat meningkatkan jangkauan pasar dan daya saing UMKM Mekar Asri Craft. Melalui pelatihan dan pendampingan intensif yang melibatkan pembuatan akun media sosial baru (Instagram dan TikTok), penggunaan e-commerce, serta penerapan teknik livestreaming, Mekar Asri Craft berhasil memperkenalkan produknya ke audiens yang lebih luas. Dengan membangun strategi konten yang kreatif dan konsisten, serta optimasi penggunaan fitur-fitur platform digital, UMKM ini berhasil meningkatkan jumlah pengikut dan interaksi di media sosial. Selain itu, perbaikan tampilan dan manajemen toko daring di platform

seperti Shopee juga turut berperan dalam mempermudah akses pelanggan untuk membeli produk secara langsung. Hasil evaluasi menunjukkan bahwa pemanfaatan digital marketing dan livestreaming mampu meningkatkan engagement dan memperluas jangkauan pasar Mekar Asri Craft. Dengan strategi yang lebih terorganisir dan berbasis teknologi, Mekar Asri Craft berpotensi untuk berkembang lebih pesat dan meningkatkan daya saingnya di pasar global.

Kata Kunci: Pemasaran Digital, E-Commerce, Livestreaming, Media Sosial, Usaha Mikro Kecil dan Menengah (UMKM)

PENDAHULUAN

UMKM (Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah) memegang peranan penting dalam perekonomian Indonesia, termasuk di sektor industri kerajinan tangan. UMKM Mekar Asri Craft, yang berlokasi di Desa Wisata Kampung Santan, merupakan salah satu contoh UMKM yang bergerak di bidang kerajinan batok kelapa. Sebagai produsen kerajinan tangan, Mekar Asri Craft memiliki potensi besar untuk berkembang, baik dalam lingkup lokal maupun global. Produk unggulan seperti kerajinan batok kelapa memiliki keunikan dan nilai jual yang tinggi, namun masih menghadapi tantangan dalam hal pemasaran yang efektif dan efisien, khususnya di era digital yang semakin berkembang pesat.

Perkembangan teknologi informasi dan komunikasi, khususnya media sosial dan platform e-commerce, telah mengubah paradigma pemasaran produk, termasuk untuk UMKM. Banyak UMKM yang belum sepenuhnya memanfaatkan potensi teknologi ini dalam mengoptimalkan pemasaran dan distribusi produk mereka. Hal ini menjadi hambatan bagi Mekar Asri Craft untuk memperluas jangkauan pasar dan meningkatkan daya saing, baik di pasar domestik maupun internasional. Meski memiliki produk yang berkualitas, banyak produk UMKM yang tidak dikenal oleh konsumen luas karena terbatasnya promosi yang dilakukan.

Seiring dengan perkembangan digital marketing, berbagai strategi pemasaran berbasis teknologi kini dapat diakses oleh UMKM, termasuk penggunaan media sosial seperti Instagram dan TikTok, serta platform e-commerce seperti Shopee. Media sosial memberikan peluang besar bagi UMKM untuk meningkatkan visibilitas produk mereka melalui konten yang menarik dan interaktif. Selain itu, fitur livestreaming di platform seperti TikTok dapat digunakan untuk berinteraksi langsung dengan audiens dan memberikan pengalaman yang lebih mendalam tentang produk yang ditawarkan. E-commerce juga menjadi solusi yang sangat membantu dalam memperluas pasar, karena memberikan akses yang mudah bagi konsumen untuk membeli produk secara online, mengurangi batasan geografis dalam pemasaran.

Namun, meskipun teknologi pemasaran digital ini telah tersedia, Mekar Asri Craft masih menghadapi tantangan dalam mengimplementasikan strategi tersebut secara efektif. Beberapa masalah yang dihadapi termasuk keterbatasan pengetahuan dalam

pembuatan konten digital yang menarik, pengelolaan akun media sosial, dan penggunaan platform e-commerce yang optimal. Untuk itu, diperlukan pendampingan dan pelatihan yang tepat agar Mekar Asri Craft dapat mengoptimalkan penggunaan media sosial dan e-commerce dalam meningkatkan visibilitas dan daya saingnya.

Pengabdian masyarakat ini bertujuan untuk pemanfaatan digital marketing, termasuk media sosial dan livestreaming, dapat membantu meningkatkan visibilitas dan daya saing UMKM Mekar Asri Craft. Melalui pelatihan dan pendampingan yang melibatkan pembuatan konten kreatif, pengelolaan media sosial, dan penggunaan fitur-fitur e-commerce, diharapkan Mekar Asri Craft dapat memperluas jangkauan pasar dan meningkatkan penjualannya secara signifikan. Selain itu, penelitian ini juga akan mengidentifikasi tantangan yang dihadapi oleh UMKM dalam mengadopsi teknologi pemasaran digital dan memberikan rekomendasi untuk meningkatkan efektivitas penggunaan teknologi tersebut.

TIK dapat meningkatkan keterlibatan konsumen dan peluang pemasaran yang lebih baik—khususnya di media sosial—jika diterapkan pada UMKM, menurut Johnson dan Lee (2022). (hlm. 89). Menurut penelitian yang dilakukan oleh Zhang (2024), UMKM dapat meningkatkan visibilitas produk mereka hingga 70% dengan menggunakan platform digital; ini adalah peningkatan yang signifikan dibandingkan dengan metode pemasaran konvensional (hlm. 54). Dengan produk kerajinan batok kelapa unik mereka, UMKM Mekar Asri craft memiliki potensi besar untuk menarik minat pasar yang lebih luas jika didukung dengan strategi pemasaran digital yang tepat.

Sebaliknya, UMKM menghadapi banyak tantangan dalam menerapkan TIK. Kemampuan teknis yang tidak memadai serta pemahaman yang tepat tentang teknologi digital merupakan masalah besar (Chen, 2023, hlm. 72). Adoption TIK sering kali dianggap sebagai proses yang sulit bagi pengrajin yang terbiasa dengan metode konvensional dan membutuhkan banyak waktu dan sumber daya. Oleh karena itu, pendekatan yang tepat untuk pengabdian masyarakat adalah yang tidak hanya berfokus pada pelatihan teknis tetapi juga memberikan dukungan berkelanjutan untuk memastikan bahwa pengrajin dapat secara efektif menggunakan keterampilan baru mereka (Brown, 2021, hlm. 103).

Untuk memenuhi kebutuhan khusus pada UMKM Mekar Asri Craft, program pengabdian masyarakat ini memanfaatkan berbagai aktivitas, seperti pelatihan khusus dalam pemasaran digital, survei awal untuk menentukan kebutuhan, dan pendampingan dalam menerapkan teknologi informasi dan komunikasi. Berbagai elemen penting dalam pemasaran digital akan dibahas dalam pelatihan, termasuk manajemen akun media sosial bisnis, pembuatan konten yang menarik, dan rencana pemasaran e-commerce. Bimbingan praktis ini diharapkan dapat membantu UMKM Mekar Asri Craft lebih mandiri dalam mengelola pemasaran digital mereka. Pada akhirnya, mereka akan meningkatkan daya saing mereka di pasar digital yang semakin kompetitif (Lim & Park, 2023, hlm. 88).

Selain aspek pemasaran, pengabdian ini juga mengajarkan pengrajin bagaimana menggunakan aplikasi manajemen bisnis sederhana yang dapat membantu mereka para pelaku UMKM mengelola keuangan dan stok. Dengan memahami dasar-dasar aplikasi ini, UMKM dapat membuat keputusan bisnis yang lebih baik dan meningkatkan efisiensi operasional mereka (Grant & Liu, 2022, hlm. 93). Menurut data dari berbagai penelitian, UMKM yang menggunakan sistem manajemen berbasis TIK cenderung lebih efisien dalam mengelola keuangan dan persediaan. Pada akhirnya, ini akan menghasilkan profitabilitas yang lebih tinggi (Zhang & Lee, 2023, hlm. 67).

Secara keseluruhan, pengabdian masyarakat ini bertujuan untuk meningkatkan kemampuan pengrajin di UMKM Mekar Asri Craft melalui penggunaan TIK yang tepat sasaran dan terarah. Dalam jangka panjang, adopsi TIK diharapkan dapat menjadi landasan yang kokoh untuk pertumbuhan bisnis yang berkelanjutan, memberi pengrajin kemampuan untuk bersaing baik di pasar lokal maupun global. Transformasi digital di kalangan UMKM dapat berjalan lebih efektif dan memberikan dampak ekonomi yang lebih luas jika institusi pendidikan, pemerintah, dan masyarakat bekerja sama (Kim et al., 2021, hlm. 75).

METODE DAN PELAKSANAAN

Kegiatan pengabdian masyarakat ini bertujuan untuk membantu pengrajin kerajinan batok kelapa di UMKM Mekar Asri Craft dalam mengadopsi teknologi informasi dan komunikasi (TIK) untuk meningkatkan pemasaran dan meningkatkan daya saing mereka di era digital. Program ini menggunakan pendekatan partisipatif yang berfokus pada mendorong peserta melalui pelatihan praktis, pendampingan yang berkelanjutan, dan evaluasi berkala. Metode ini memungkinkan pengrajin untuk belajar secara langsung melalui aplikasi nyata yang disesuaikan dengan kebutuhan khusus mereka. Menurut Smith dan Lee (2021), pendekatan partisipatif dalam pengabdian masyarakat mendorong keterlibatan aktif peserta, yang memungkinkan mereka untuk menggunakan teknologi dengan lebih mandiri. Metode pelaksanaan pengabdian ini terdiri dari beberapa langkah: menentukan kebutuhan, memberikan pelatihan dan workshop, mendampingi, dan mengevaluasi hasil. Setiap tahapan memiliki tujuan dan pendekatan yang berbeda, yang memastikan bahwa pengrajin dapat menerapkan pengetahuan dan keterampilan baru mereka dalam pekerjaan sehari-hari mereka.

Identifikasi Kebutuhan

Ini adalah tahap pertama dari pendekatan pelaksanaan ini. Tahap ini bertujuan untuk mendapatkan pemahaman tentang latar belakang pengetahuan dan keterampilan teknologi informasi (TIK) yang dimiliki oleh peserta dan untuk menemukan hambatan utama yang dihadapi UMKM Mekar Asri craft saat menggunakan teknologi untuk pemasaran digital. Untuk proses identifikasi, survei awal dan wawancara mendalam dilakukan dengan pengelola UMKM dan pengrajin kerajinan batok kelapa. Menurut

penelitian oleh Kim et al. (2022), pemahaman mendalam tentang kebutuhan peserta sangat penting untuk program pemberdayaan karena membantu dalam membuat materi pelatihan yang lebih relevan dan efektif (hlm. 88). Survei awal melibatkan pertanyaan tentang pengetahuan dasar TIK, pengalaman menggunakan media sosial, dan pengetahuan tentang e-commerce. Pengrajin diwawancara secara menyeluruh untuk mendapatkan pemahaman yang lebih baik tentang kesulitan yang dihadapi mereka saat mengadopsi teknologi. Misalnya, beberapa peserta menyatakan bahwa kendala utama dalam penggunaan TIK untuk pemasaran adalah keterbatasan akses internet dan ketidakmampuan teknis (Brown, 2021, hlm. 53). Selanjutnya, materi pelatihan yang disesuaikan dengan kebutuhan unik peserta dibuat menggunakan data dari survei dan wawancara ini.

Pelatihan dan Workshop

Tahap Kedua berfokus pada meningkatkan pengetahuan dan keterampilan peserta dalam menggunakan teknologi informasi dan komunikasi (TIK) untuk pemasaran digital. Kursus dasar TIK, penggunaan media sosial untuk bisnis, pembuatan konten digital, dan pengelolaan platform *e-commerce* adalah topik dari pelatihan ini. Setiap sesi bertujuan untuk memberikan pengetahuan praktis yang dapat digunakan pengrajin dalam pekerjaan pemasaran mereka. Menurut penelitian yang dilakukan oleh Grant dan Liu (2023), pelatihan berbasis praktik dan interaktif lebih efektif dalam meningkatkan keterampilan peserta daripada pendekatan pembelajaran tradisional (hlm. 75). Oleh karena itu, sesi pelatihan dirancang untuk memungkinkan peserta untuk mencoba berbagai alat digital secara langsung. Misalnya, peserta dididik untuk membuat akun bisnis, membuat konten yang menarik, dan memasarkan produk kerajinan batok kelapa mereka melalui platform seperti Instagram dan Facebook selama sesi media sosial. Salah satu elemen penting dari pelatihan ini adalah sesi pembuatan konten digital. Pengrajin diberi instruksi tentang cara mengambil foto produk dengan baik, mengedit foto dengan cara yang sederhana, dan membuat deskripsi produk yang menarik. Menurut Lee dan Park (2022), visual yang menarik sangat penting dalam pemasaran digital karena memengaruhi bagaimana konsumen melihat kualitas produk. Oleh karena itu, peserta dididik untuk membuat konten visual yang dapat mendukung rencana pemasaran mereka dengan menggunakan aplikasi sederhana seperti Canva.

Pendampingan dan Monitoring

Setelah sesi pelatihan, tahap berikutnya adalah pendampingan dan pengawasan. Tujuan dari kedua tahap ini adalah untuk memastikan bahwa peserta dapat menerapkan keterampilan yang mereka peroleh secara mandiri. Selama beberapa minggu setelah pelatihan formal, tim pengabdian menawarkan dukungan dalam bentuk konsultasi dan pemecahan masalah yang mungkin dihadapi peserta dalam praktik sehari-hari. Menurut Chen dan Lim (2023), pendampingan berkelanjutan sangat penting dalam proses adopsi

teknologi karena membantu mengatasi masalah yang mungkin muncul setelah pelatihan formal berakhir.

Untuk membantu mereka berkomunikasi dengan fasilitator selama periode pendampingan, peserta diberi akses ke grup WhatsApp atau platform komunikasi lainnya. Fasilitator memberikan umpan balik terhadap konten yang diunggah oleh peserta di media sosial, membantu mereka menyelesaikan masalah teknis, dan memberikan rekomendasi tentang cara meningkatkan kualitas konten pemasaran online mereka. Monitor juga melacak aktivitas online peserta secara berkala, seperti frekuensi posting, interaksi dengan pelanggan, dan peningkatan jumlah pengikut.

Kunjungan langsung ke UMKM Mekar Asri Craft dilakukan untuk memastikan bahwa setiap peserta mendapatkan dukungan terbaik. Tim pengabdian menilai implementasi TIK peserta selama kunjungan ini dan memberikan saran langsung tentang strategi pemasaran yang lebih baik. Penelitian yang dilakukan oleh Johnson dan Hart (2022) menemukan bahwa kunjungan langsung dapat meningkatkan motivasi dan kepercayaan diri peserta dalam menggunakan TIK, karena mereka membuat mereka merasa didukung dan dihargai selama proses pembelajaran.



Gambar 1. Pelatihan *Live Martketing* di Marketplace

Evaluasi dan Tindak Lanjut

Tahap terakhir dari prosedur pelaksanaan ini adalah evaluasi dan tindak lanjut. Ini dilakukan untuk mengetahui seberapa berhasil program pengabdian dalam meningkatkan pengetahuan dan keterampilan TIK peserta. Ini melibatkan penilaian kualitatif dan kuantitatif terhadap pemahaman peserta tentang pemasaran digital, kemampuan mereka dalam menggunakan alat TIK, dan perubahan dalam aktivitas bisnis mereka, seperti peningkatan pengetahuan dan keterampilan TIK.

Evaluasi dilakukan dalam dua tahap: evaluasi jangka pendek dan evaluasi jangka panjang. Evaluasi jangka pendek dilakukan segera setelah pelatihan untuk menilai

pemahaman awal peserta terhadap materi yang diajarkan. Menurut Lee (2023), evaluasi jangka panjang penting untuk mengetahui apakah peserta terus mengikuti Data yang dikumpulkan menunjukkan bahwa sebagian besar peserta lebih mahir dalam pemasaran digital, terutama dalam pembuatan konten dan penggunaan media sosial. Namun, ada beberapa tantangan yang masih dihadapi, seperti keterbatasan waktu untuk membuat konten dan pengetahuan tentang analitik media sosial.

Sebagai bagian dari tindak lanjut, tim pengabdian menyarankan kepada peserta dan institusi terkait apa yang harus mereka lakukan untuk mengatasi kendala tersebut. Misalnya, tim menyarankan agar peserta mendapatkan akses ke pelatihan lanjutan atau mendapatkan dukungan teknis secara berkala untuk memastikan adopsi TIK terus berlanjut. Menurut Grant dan Liu (2022), tindak lanjut yang melibatkan pelatihan berkelanjutan dapat membantu peserta dalam mengembangkan keterampilan mereplikasi.

HASIL DAN PEMBAHASAN

Fokus dari pengabdian masyarakat ini adalah untuk meningkatkan kemampuan digital para pengrajin di UMKM Mekar Asri Craft melalui pelatihan dan pendampingan dalam penggunaan TIK. Hasil dari beberapa minggu program menunjukkan bahwa pengetahuan dan kemampuan peserta meningkat secara signifikan dalam menggunakan media sosial, platform e-commerce, dan alat pengelolaan konten digital untuk mempromosikan produk kerajinan batok kelapa mereka.

Perluasan Pengetahuan dan Keterampilan Digital

Peningkatan pengetahuan peserta tentang konsep pemasaran digital dan penggunaan alat digital dasar adalah salah satu hasil utama dari kegiatan ini. Mayoritas peserta belum pernah menggunakan platform e-commerce atau media sosial untuk tujuan bisnis sebelum pelatihan ini dimulai. Mereka juga kurang memahami pemasaran digital. Lebih dari 80 persen peserta mengatakan mereka tidak tahu apa-apa tentang pemasaran digital, menurut survei yang dilakukan sebelum pelatihan.

Namun, peserta menunjukkan peningkatan yang signifikan dalam pemahaman mereka tentang media sosial, pengelolaan akun bisnis, dan strategi konten setelah kursus. Hasil ini yang menemukan bahwa pengrajin lokal dapat memperoleh keterampilan digital melalui pelatihan intensif berbasis praktik. Lebih dari 75% peserta setelah kursus dapat membuat dan mengelola akun bisnis di media sosial secara mandiri serta memahami pentingnya membuat konten visual untuk menarik perhatian audiens.

Kemampuan peserta untuk membuat konten visual yang menarik, seperti foto produk dan deskripsi singkat yang informatif, menunjukkan peningkatan ini. Sebagai contoh, beberapa peserta mulai mengunggah foto produk kerajinan batok kelapa dengan latar belakang yang menarik dan kualitas foto yang lebih baik, sesuatu yang sebelumnya

jarang mereka lakukan. Dalam pemasaran online, kualitas visual merupakan salah satu faktor utama yang mempengaruhi persepsi pelanggan terhadap kualitas produk,

Implementasi platform e-commerce

Penggunaan platform e-commerce seperti Tokopedia dan Shopee juga digunakan untuk pelatihan selain media sosial. Hasilnya, sekitar 60% dari peserta berhasil membuka akun di salah satu platform tersebut dan mulai menjual barang mereka secara online. Hasil ini menunjukkan bahwa pengrajin kerajinan batok kelapa mulai menyadari pentingnya e-commerce sebagai cara untuk memperluas jangkauan pasar mereka. Penggunaan platform e-commerce memungkinkan UMKM untuk menjangkau pelanggan lebih luas dan meningkatkan penjualan mereka hingga 50%.

Selama pelatihan, sejumlah peserta bahkan berhasil mendapatkan pesanan pertama mereka melalui platform ini. Hal ini meningkatkan kepercayaan diri mereka dan mendorong mereka untuk memperluas toko online mereka. Namun, masih ada masalah teknis yang terbatas dalam pengaturan harga dan pengelolaan stok, yang menunjukkan bahwa pendampingan lebih lanjut diperlukan. Pendampingan lanjutan sangat penting bagi UMKM yang baru mengadopsi teknologi digital. Ini terutama berlaku untuk mengatasi masalah teknis yang sering menjadi penghalang utama.



Gambar 2. Tampilan penjualan *live* di Shopee

Problem dengan Penggunaan Teknologi

Meskipun temuan menunjukkan bahwa keterampilan digital peserta meningkat secara signifikan, ada beberapa masalah yang muncul saat program dijalankan. Di daerah

tempat UMKM Mekar Asri craft beroperasi, akses internet yang memadai sangat terbatas. Beberapa peserta mengeluhkan kecepatan internet yang lambat, yang menghambat proses pengunggahan konten dan interaksi dengan pelanggan. Masalah ini sejalan dengan penelitian Smith dan Kim (2021), yang menemukan bahwa infrastruktur internet yang terbatas di daerah pedesaan merupakan salah satu faktor utama yang menghalangi pelaksanaan TIK untuk UMKM.

Selain itu, proses implementasi dihambat oleh keterbatasan keterampilan teknis peserta. Salah satu peserta menyatakan bahwa mereka menghadapi kesulitan dalam memahami fitur teknis tertentu dari platform media sosial dan e-commerce, seperti analitik media sosial dan pengaturan harga dinamis.

Dipengaruhi oleh Peningkatan Persepsi dan Daya Saing Produk

Hasil pengabdian ini menunjukkan bahwa citra dan daya saing produk UMKM Mekar Asri craft telah meningkat. Produk kerajinan dari batok kelapa mereka mulai mendapat perhatian lebih dari calon pelanggan melalui penggunaan media sosial dan peningkatan kualitas visual. Jumlah pengikut di akun media sosial bisnis mereka meningkat sebesar 40% setelah kursus. Peningkatan ini menunjukkan bahwa UMKM dapat meningkatkan daya saing mereka di pasar yang semakin kompetitif dengan menggunakan strategi pemasaran digital yang efektif.

Selain itu, beberapa peserta melaporkan bahwa interaksi dengan konsumen menjadi lebih baik, dengan pelanggan mulai memberikan feedback positif tentang kualitas produk dan desain produk batok kelapa yang diposting di media sosial. Interaksi positif dengan konsumen di media sosial meningkatkan kepuasan dan loyalitas pelanggan,

Diskusi: Implikasi dan Saran untuk Perbaikan

Hasil dari kegiatan pengabdian ini menunjukkan bahwa adopsi TIK, terutama dalam pemasaran digital, memiliki potensi besar untuk meningkatkan kapasitas bisnis UMKM di industri kerajinan. Namun, pendekatan yang lebih komprehensif diperlukan untuk mencapai hasil yang lebih baik, yang mencakup pelatihan terus-menerus dan dukungan teknis. Pelatihan berkelanjutan dapat membantu UMKM mengikuti kemajuan teknologi dan memahami strategi digital yang relevan.

Hasil ini juga menunjukkan bahwa transformasi digital UMKM di daerah pedesaan membutuhkan dukungan dari pihak eksternal, seperti pemerintah atau lembaga non-profit. Dalam hal ini, kerja sama antara institusi pendidikan, pemerintah, dan masyarakat sangat penting untuk mengatasi kendala yang dihadapi dalam penerapan teknologi informasi (TIK). Sebagai contoh, beberapa peserta menyarankan agar ada fasilitas internet gratis atau tempat pelatihan digital yang dapat diakses oleh pelaku UMKM lokal.

Selain itu, UMKM Mekar Asri craft harus mempertimbangkan untuk membentuk kelompok digital yang lebih kecil yang dapat menangani pemasaran digital secara berkelanjutan. Pembentukan tim digital internal di UMKM membantu menjaga strategi

digital tetap berlanjut dan memungkinkan bisnis untuk beradaptasi dengan lebih cepat dengan perubahan pasar.

Hasil Diskusi

Secara keseluruhan, pengabdian ini membantu pengrajin UMKM Mekar Asri craft menjadi lebih baik dalam menggunakan teknologi informasi (TIK), dengan peningkatan pengetahuan mereka tentang pemasaran digital, penggunaan media sosial, dan penerapan e-commerce. Namun, masalah seperti keterbatasan akses internet dan keterampilan teknis memerlukan perhatian lebih lanjut. UMKM Mekar Asri craft berharap dapat terus berkembang di era ekonomi digital dengan pendampingan lanjutan dan dukungan infrastruktur. Ini akan menjadi contoh sukses bagi UMKM lain di industri kerajinan.

PENUTUP

Hasil penelitian menunjukkan bahwa pengabdian masyarakat terhadap adopsi TIK membantu UKM. Peserta memperoleh keterampilan teknis dan kepercayaan diri untuk berinovasi dalam bisnis mereka (Grant, 2023, hlm. 91). Penutup ini menekankan betapa pentingnya dukungan berkelanjutan dari berbagai pihak, termasuk pemerintah, untuk membantu UMKM secara lebih efisien menghadapi transformasi digital.

Simpulan

Kegiatan ini membuat hasil bahwa pengrajin kerajinan batok kelapa di UMKM Mekar Asri craft dapat meningkatkan pemahaman dan keterampilan mereka dalam menggunakan teknologi digital. Adopsi TIK telah meningkatkan daya saing mereka dan memperluas jangkauan pasar mereka. Hasil ini menunjukkan bahwa UMKM memiliki potensi besar jika mereka didukung dengan akses dan pelatihan teknologi yang cukup.

Saran

Disarankan agar perguruan tinggi dan pemerintah daerah lebih aktif dalam melatih dan mendukung UMKM terkait teknologi informasi (TIK). Selain itu, infrastruktur internet di daerah terpencil harus ditingkatkan untuk memastikan bahwa semua bisnis memiliki akses yang sama terhadap teknologi digital.

Ucapan Terima Kasih

Penulis ingin mengucapkan terima kasih kepada semua anggota kelompok UMKM Mekar Asri craft, Bantul yang telah meluangkan waktu dan bekerja sama dalam proses pendampingan ini. Terima kasih juga diucapkan kepada Direktorat Riset dan Pengabdian Masyarakat Direktorat Jenderal Riset dan Pengembangan, Kementerian Riset, Teknologi, dan Pendidikan Tinggi yang telah memberikan dana hibah untuk pelaksanaan Pengabdian kepada Masyarakat dengan kontrak iNomor 296/UN62/PP.01.07/KPA/2025 tanggal 7 Juli 2025 dan Perjanjian Pelaksanaan Pengabdian Kontrak Nomor

821/UN62.21/AM.00.00/2025 Lembaga Penelitian dan Pengabdian Kepada Masyarakat UPN "Veteran" Yogyakarta.

DAFTAR PUSTAKA

- Brooks, T. (2022). *Digital Marketing for Small Enterprises*. Cambridge University Press.
- Chen, S., & Lim, J. (2023). *Community Engagement in Digital Literacy*. Palgrave Macmillan.
- Grant, P., & Liu, Q. (2022). *Empowering SMEs Through Technology*. Harvard University Press.
- Johnson, A., & Hart, M. (2022). The Impact of Direct Engagement in Digital Literacy Programs. *Journal of Community Development*, 18(3), 61-78.
- Johnson, A., & Hart, M. (2023). Customer Engagement Through Digital Platforms. *Journal of Digital Economy*, 18(2), 95-110.
- Kim, J., Lee, Y., & Tan, S. (2022). Effective Strategies for Digital Adoption in Rural SMEs. *Journal of Rural Business Development*, 24(4), 87-102.
- Kim, J., Park, L., & Tan, S. (2021). Understanding Digital Transformation in SMEs. *Journal of Digital Business*, 12(1), 73-85.
- Lee, M. (2023). Evaluating the Long-term Impact of Digital Literacy Programs. *Journal of Educational Technology*, 30(2), 95-112.
- Lee, M., & Park, Y. (2021). ICT Adoption and Economic Growth in Small Businesses. *Journal of Business and Technology*, 27(2), 45-58.
- Parker, J., & Tan, L. (2022). *E-commerce Strategies for Small Businesses*. Oxford University Press.
- Smith, R. (2021). *Technology Adoption and Business Transformation*. Wiley.
- Smith, R., & Kim, L. (2021). *Digital Transformation Challenges in Rural Areas*. Wiley.
- Zhang, W. (2024). *The Role of E-commerce in SME Growth*. Oxford University Press.