

Digital Economy Training for Sehati Creative House Craftsmen in Empowering Local SMEs in Hulu Banyu Kandangan Village, South Hulu Sungai Regency

Pelatihan Ekonomi Digital Rumah Kreatif Pengrajin Sehati dalam Pemberdayaan UMKM Lokal di Desa Hulu Banyu Kandangan, Kabupaten Hulu Sungai Selatan

Haswinda Harpriyanti¹, Muhammad Hidayat², Kamariah³

^{1,2,3}Universitas PGRI Kalimantan

haswindaharpriyanti@upk.ac.id¹, hidayat90@upk.ac.id², kamariah@upk.ac.id³

<https://doi.org/10.52593/svs.05.1.03>

Naskah diterima: 13 Agustus 2024, direvisi: 28 Januari 2025, disetujui: 30 Januari 2025

Abstract

Keywords:

Digital Marketing
Digital Economy
Marketplace
Technology
Empowerment
Sehati MSMEs

The digital economy training organized for Sehati MSMEs in Hulu Banyu Kandangan, Hulu Sungai Selatan Regency, aims to empower MSME players to utilize digital technology to grow their businesses. The training consisted of two main sessions conducted over two weeks. In the first session, participants learned digital marketing strategies, while the second session focused on creating promotional media in the marketplace using the Canva application. Evaluation showed significant improvements in participants' technological knowledge and skills. A total of 20 participants successfully created digital content, managed social media accounts, and opened e-commerce accounts on platforms such as Shopee and Tokopedia. In addition, the service team also provided the UMKM Sehati website, two training modules, and a POS application to support daily business activities. Questionnaire results showed that 70% of participants felt more confident in using digital technology, and 65% rated the training facilities as very adequate. This training is expected to improve the competitiveness of local products and community welfare through digital technology-based MSME empowerment. Thus, this activity not only strengthens the local economy but also preserves local wisdom through technological innovation..

Abstrak

Kata kunci:

Digital Marketing
Ekonomi Digital
Marketplace
Pemberdayaan
Teknologi
UMKM Sehati

Pelatihan ekonomi digital yang diselenggarakan untuk UMKM Sehati di Hulu Banyu Kandangan, Kabupaten Hulu Sungai Selatan, bertujuan untuk memberdayakan pelaku UMKM dalam memanfaatkan teknologi digital untuk mengembangkan bisnis mereka. Pelatihan ini terdiri dari dua sesi utama yang dilaksanakan selama dua minggu. Pada sesi pertama, peserta mempelajari strategi digital marketing, sementara sesi kedua difokuskan pada pembuatan media promosi di marketplace menggunakan aplikasi Canva. Evaluasi menunjukkan peningkatan signifikan dalam pengetahuan teknologi dan keterampilan peserta. Sebanyak 20 peserta berhasil membuat konten digital, mengelola akun media sosial, dan membuka akun e-commerce di platform seperti Shopee dan Tokopedia. Selain itu, TIM pengabdian juga menyediakan website UMKM Sehati, dua modul pelatihan, dan aplikasi POS untuk mendukung kegiatan bisnis sehari-hari. Hasil angket menunjukkan bahwa 70% peserta merasa lebih percaya diri dalam menggunakan teknologi digital, dan 65% menilai fasilitas pelatihan sebagai sangat memadai. Pelatihan ini diharapkan dapat meningkatkan daya saing produk lokal dan kesejahteraan masyarakat melalui pemberdayaan UMKM berbasis teknologi digital. Dengan demikian, kegiatan ini tidak hanya memperkuat ekonomi lokal tetapi juga melestarikan kearifan lokal melalui inovasi teknologi.

PENDAHULUAN

Hulu Banyu Kandangan, Kabupaten Hulu Sungai Selatan, dikenal memiliki potensi UMKM yang kuat, terutama dalam industri kerajinan tangan seperti rotan, bambu, dan kayu. Bahan-bahan ini diolah menjadi berbagai produk seperti tikar, topi, tas, peralatan dapur, kemasan makanan, gelang, hingga gantungan kunci. Pengrajin lokal di daerah ini memiliki keterampilan dan bakat yang luar biasa, yang dapat dikembangkan lebih lanjut untuk meningkatkan kualitas dan daya saing produk mereka. Selain itu, pengembangan ini juga sebagai upaya pelestarian kearifan lokal masyarakat setempat agar dapat dikenal secara luas.

Potensi ini didukung oleh keberadaan Rumah Kreatif Pengrajin Sehati, yang telah berdiri sejak tahun 2015 dan dikelola oleh Bapak Yusranto. Saat ini, terdapat 20 pengrajin aktif yang menjadi anggota rumah kreatif tersebut. Daerah Hulu Banyu Kandangan terletak di Kecamatan Loksado, yang terkenal dengan keindahan alamnya. Beragam aktivitas wisata seperti air terjun, goa-goa alam, dan panorama sungai yang menawan menjadikan daerah ini bagian dari konservasi alam, di mana pelestarian dilakukan secara aktif. Hal ini menarik perhatian para wisatawan, termasuk wisatawan internasional, yang mencari pengalaman petualangan dan keindahan alam yang autentik. Ini memberikan peluang besar bagi pengembangan pariwisata berkelanjutan dan pemberdayaan masyarakat lokal, termasuk dalam pengembangan UMKM berbasis kerajinan.

Namun, meskipun memiliki potensi dan sumber daya yang melimpah, UMKM di daerah tersebut masih menghadapi berbagai tantangan. Tantangan tersebut termasuk belum diterapkannya manajemen sistem pemasaran yang strategis, kurangnya pemahaman tentang teknologi, kemasan/tampilan produk, promosi, dan informasi. Akibatnya, produk unggulan daerah belum dapat dikembangkan secara maksimal. Padahal, perkembangan teknologi digital memberikan peluang besar bagi UMKM untuk meningkatkan efisiensi operasional, mencapai pasar yang lebih luas, dan meningkatkan daya saing. Media digital memiliki beragam manfaat, bukan hanya sebagai sumber informasi berbasis digital tetapi juga dapat dioptimalkan dalam berbagai bidang, termasuk pendidikan dan ekonomi.

Banyak pelaku UMKM lokal yang belum memanfaatkan teknologi ini secara optimal karena kurangnya pengetahuan dan keterampilan. Hal ini juga disampaikan secara langsung oleh Ketua Pengelolaan Pengrajin Sehati, Bapak Yusranto, saat wawancara dan observasi. Beliau mengungkapkan bahwa rumah kreatifnya belum pernah mendapat pendampingan terkait ekonomi digital, sehingga pemasaran hasil kerajinan hanya terbatas pada lingkup daerah Hulu Banyu dan sekitarnya. Berikut dilampirkan sampel dari hasil kerajinan yang diproduksi oleh pengrajin lokal di Hulu Banyu, Kandangan Kabupaten Hulu Sungai Selatan. Melalui pelatihan ekonomi digital, UMKM di Hulu Banyu Kandangan, Kabupaten Hulu Sungai Selatan dapat diberdayakan untuk meningkatkan kapasitas mereka dalam menggunakan teknologi untuk mengembangkan bisnis. Pengembangan ini dapat berupa jangkauan pemasaran yang lebih luas, seperti berpartisipasi dalam marketplace populer di Indonesia, antara lain Tokopedia, Shopee, Bukalapak, Lazada, Tiktok Shop, dan Blibli. Hal ini akan membantu meningkatkan kemampuan mereka dalam mengelola usaha dan memasarkan produk-produk kerajinan lokal. Pemasaran digital memungkinkan produk-produk lebih mudah dipromosikan secara online dan lebih meluas.

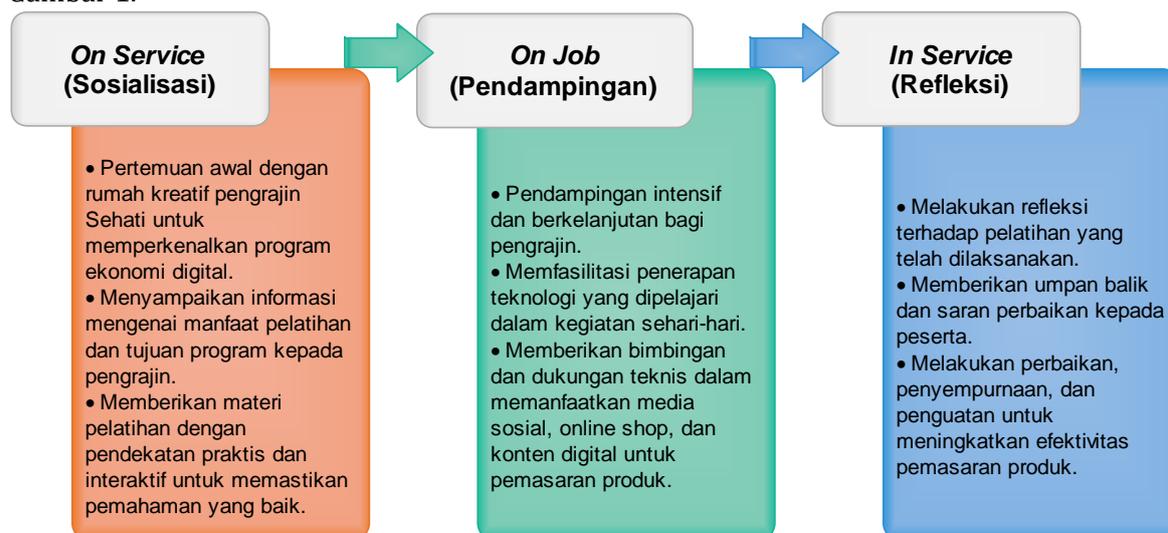
Melalui upaya memberdayakan UMKM, terutama para pengrajin lokal di daerah Hulu Banyu Kandangan, pengabdian ini dapat berkontribusi pada pertumbuhan ekonomi inklusif. Dengan kata lain, komunitas pengrajin lokal dapat tumbuh dan berkembang, memberikan kontribusi signifikan terhadap pertumbuhan ekonomi, sehingga dapat meningkatkan kesejahteraan masyarakat setempat. Dalam kegiatan Pengabdian Kepada Masyarakat ini, yang juga tidak kalah penting adalah mengutamakan pemberdayaan masyarakat setempat dalam merumuskan dan melaksanakan kegiatan, sehingga masyarakat dapat memiliki motivasi dan rasa tanggung jawab atas pembangunan yang terjadi di lingkungan mereka. Selain itu, perlu juga mempertimbangkan strategi untuk menjaga keberlanjutan program setelah kegiatan pengabdian ini selesai agar manfaatnya dapat dirasakan secara

berkelanjutan dan lebih meluas. Kegiatan pengabdian masyarakat dengan Pelatihan Ekonomi Digital Rumah Kreatif Pengrajin Sehati dalam Pemberdayaan UMKM Lokal di Desa Hulu Banyu Kandangan, Kabupaten Hulu Sungai Selatan merupakan kegiatan yang bermanfaat bagi UMKM untuk dapat memperluas pemasaran dan peningkatan ekonomi secara berkelanjutan. Kegiatan ini juga sejalan dengan program MBKM dan IKU Perguruan Tinggi, yakni IKU 2, 3, dan 5. Fokus pengabdian kepada masyarakat ini adalah memberdayakan UMKM lokal di desa terpencil yang memiliki potensi besar untuk dikembangkan menjadi daerah yang produktif.

Selain itu, pelatihan ini bertujuan untuk mengatasi ketimpangan ekonomi digital antara daerah perkotaan dan pedesaan. Dengan adanya pelatihan ini, diharapkan para pelaku UMKM di Hulu Banyu Kandangan dapat lebih kompetitif dan mampu bersaing di pasar yang lebih luas, baik nasional maupun internasional. Peningkatan kompetensi dalam bidang ekonomi digital juga diharapkan dapat mendorong pertumbuhan ekonomi lokal, mengurangi tingkat pengangguran, dan meningkatkan taraf hidup masyarakat setempat. Dengan demikian, pelatihan ini tidak hanya memberikan manfaat jangka pendek tetapi juga berkontribusi pada pembangunan berkelanjutan di daerah tersebut.

METODE

Metode pelaksanaan kegiatan pengabdian ini dilakukan dalam bentuk pelatihan yang bersifat *On On In*, yang terdiri dari tiga tahap utama, Adapun tahapan itu dapat dilihat pada Gambar 1.



Gambar 1. Metode Proses Pelaksanaan Pelatihan

Kegiatan *On Servis* yang pertama dilakukan ialah sosialisasi dengan melakukan pertemuan awal bersama rumah kreatif pengrajin Sehati untuk memperkenalkan program ekonomi digital, menyampaikan informasi tentang manfaat pelatihan dan tujuan program kepada para pengrajin dan memberikan materi pelatihan dengan pendekatan praktis dan interaktif untuk memastikan pemahaman yang baik oleh seluruh pengrajin Sehati. *On Job* berupa pendampingan secara intensif dan berkelanjutan bagi para pengrajin dengan memfasilitasi peserta pelatihan untuk menerapkan teknologi yang dipelajari dalam kegiatan sehari-hari mereka, memberikan bimbingan dan dukungan teknis kepada seluruh pengrajin dalam memanfaatkan situs media sosial, online shop, dan konten digital untuk memasarkan produk mereka. *In Service* tahap akhir adalah kegiatan refleksi terhadap pelatihan yang telah dilaksanakan dalam rangka perbaikan, penyempurnaan, dan penguatan kepada seluruh pengrajin Sehati, dengan memberikan umpan balik dan saran perbaikan kepada peserta untuk meningkatkan efektivitas pemasaran produk mereka.

Mitra dalam kegiatan pengabdian ini ialah UMKM rumah kreatif pengrajin Sehati di Hulu Banyu Kandangan, Kabupaten Hulu Sungai Selatan yang berjumlah 15 orang. Pada kegiatan ini para pengrajin akan mengikuti tiga kegiatan utama yang diuraikan sebagai berikut.

1. *On Service Training*: Seluruh peserta pengrajin menyimak materi yang disampaikan oleh tim pengabdian terkait program dan manfaat ekonomi digital.
2. *On Job Training*: Seluruh peserta pengrajin mempraktikkan materi yang disampaikan oleh tim pengabdian untuk membuat akun media sosial, online shop, dan konten digital, serta mencoba untuk memposting produk dalam media pemasaran digital yang sudah dibuat.
3. *In Service Training*: Peserta pengrajin saling bertukar pengalaman terkait pengalamannya dalam menggunakan media sosial, online shop, dan pembuatan konten digital untuk mempromosikan produk dan melakukan pemasaran produk hasil kerajinan. Hal ini bertujuan juga ditemukan kendala dalam pelaksanaannya dapat diberikan umpan balik dan penguatan oleh tim pengabdian.

Evaluasi pelaksanaan dilaksanakan pada akhir kegiatan dalam pertemuan peserta pengrajin Sehati dilakukan melalui metode diskusi dan wawancara. Keberlanjutan program yang perlu dilakukan ialah dengan membangun jaringan kerja sama dengan Lembaga pemerintah daerah setempat untuk mendukung keberlanjutan program dan merekomendasikan hasil kegiatan ini kepada pemerintah daerah agar dijadikan sebagai rujukan penguatan dan pembinaan secara berkelanjutan terkait ekonomi digital pada UMKM di rumah kreatif pengrajin Sehati di Hulu Banyu agar dapat memberikan manfaat yang signifikan bagi pertumbuhan ekonomi inklusif di Kabupaten Hulu Sungai Selatan..

HASIL DAN DISKUSI

Pelaksanaan program pengabdian kepada masyarakat ini dilakukan dalam bentuk pelatihan selama 4 hari yang terbagi menjadi 2 minggu selama pelaksanaan pada minggu pertama pada tanggal 08 dan 09 Juli 2024, Fokus utama dari pelatihan ini adalah digital marketing untuk UMKM. Bapak Muhammad Hidayat, M.Kom, sebagai pemateri, memberikan penjelasan mengenai pentingnya digital marketing dan bagaimana memanfaatkannya untuk mengembangkan bisnis UMKM. dan minggu kedua pada tanggal 05 dan 06 Agustus 2024 Fokus utama dari pelatihan kedua ini adalah pembuatan media promosi di marketplace. Bapak Muhammad Hidayat, M.Kom, kembali menjadi pemateri untuk memberikan panduan praktis kepada para peserta yang berjumlah sekitar 20 orang anggota UMKM Sehati Dimana sebaran gender peserta 4 orang peserta laki-laki dan 16 orang peserta perempuan. Peserta yang hadir adalah pelaku UMKM Sehati yang sebagian kecilnya sudah mengetahui tentang teknologi digital secara umum, namun belum memahami cara memanfaatkannya untuk mengelola bisnis yang memiliki peluang besar. Produk kerajinan bambu yang dihasilkan oleh UMKM Sehati sangat beragam, seperti tas, tempat tisu, topi, dan beberapa kerajinan unik lainnya dengan nama khas daerah Lokasado Kabupaten Hulu Sungai Selatan, seperti Sumbul, Bakul, dan Lambaran. Mereka memiliki tingkat kreativitas yang tinggi, keterampilan yang mumpuni, dan inovasi motif produk yang unik. Namun, produk mereka belum sepenuhnya mengikuti tren saat ini. Adapun bukti kegiatan pembukaan tersebut dapat dilihat pada Gambar 2.



Gambar 2. Pembukaan Kegiatan Pelatihan Ekonomi Digital UMKM Sehati (a) Pembukaan pelatihan sesi minggu pertama (b) Penutupan sesi minggu pertama

Dari sisi penguasaan ekonomi digital, para peserta masih kurang. Beberapa di antaranya sudah memiliki fasilitas dan akses, tetapi belum mampu memaksimalkan penggunaannya. Mereka hanya menggunakan fasilitas digital tersebut untuk mengunggah keseharian seperti status di media sosial, bukan untuk kepentingan finansial. Dilihat dari produk UMKM Sehati memiliki potensi besar karena kreativitas dan keterampilan yang dimiliki oleh para pengrajinnya. Mereka hanya perlu pendampingan dari sisi digital untuk memaksimalkan potensi tersebut dan mengembangkan bisnis mereka lebih lanjut.

Muatan materi pelatihan UMKM Sehati hanya fokus pada perubahan dalam strategi pemasaran yang dilakukan melalui bauran pemasaran (*Marketing Mix*). Materi ini dipaparkan oleh Bapak Muhammad Hidayat, M.Kom. Dalam pelatihan tersebut, Bapak Muhammad Hidayat mengambil teori bauran pemasaran dari buku "Pengantar Manajemen Teknologi Bisnis" yang ditulis oleh Muhammad Hidayat, M.Kom dkk. pada tahun 2023. Bauran pemasaran ini terdiri dari teori utama, yaitu sebagai berikut:

1. Strategi Pengembangan Bisnis

Bapak Muhammad Hidayat menekankan pentingnya memahami kebutuhan dan keinginan konsumen untuk menciptakan produk yang relevan dan berkualitas. Dalam materi ini, beliau menjelaskan cara-cara untuk melakukan riset pasar guna mengetahui apa yang diinginkan konsumen, serta bagaimana mengembangkan produk yang tidak hanya memenuhi kebutuhan tersebut tetapi juga menawarkan keunikan dan nilai tambah. Penekanan juga diberikan pada pentingnya feedback dari pelanggan untuk terus meningkatkan kualitas produk.

2. Inovasi Teknologi dan Transformasi Bisnis

Strategi penetapan harga yang kompetitif dan sesuai dengan nilai yang ditawarkan produk kepada konsumen dijelaskan secara rinci oleh pemateri. Beliau membahas berbagai metode penetapan harga seperti *cost-plus pricing*, *competitive pricing*, dan *value-based pricing*. Selain itu, beliau juga menguraikan bagaimana teknologi dapat digunakan untuk melakukan analisis harga dan memantau harga pesaing, serta bagaimana transformasi bisnis melalui teknologi dapat meningkatkan efisiensi operasional dan daya saing produk di pasar.

3. Teknologi Pemasaran dan Penjualan

Distribusi produk yang efisien untuk memastikan produk tersedia di tempat yang tepat dan mudah dijangkau oleh konsumen juga menjadi fokus dalam materi yang disampaikan. Muhammad Hidayat menjelaskan pentingnya memilih saluran distribusi yang tepat, baik itu melalui toko fisik, *marketplace online*, maupun media sosial. Beliau juga membahas tentang manajemen inventori, logistik, dan teknologi yang dapat membantu dalam

mengoptimalkan proses distribusi agar produk dapat sampai ke tangan konsumen dengan cepat dan efisien.

4. *E-Business* dan *E-Commerce*.

Kegiatan promosi yang efektif untuk meningkatkan kesadaran dan minat konsumen terhadap produk, termasuk penggunaan media sosial dan teknik pemasaran digital, dijelaskan dengan berbagai contoh praktis oleh Bapak Muhammad Hidayat. Dalam sesi ini, beliau memberikan panduan tentang cara membuat kampanye pemasaran yang menarik, penggunaan SEO dan SEM, serta analisis data untuk mengukur keberhasilan promosi. Bapak Muhammad Hidayat juga menekankan pentingnya *e-commerce* dalam mendukung penjualan online, termasuk bagaimana membangun dan mengelola toko online, serta strategi untuk meningkatkan konversi penjualan melalui berbagai platform *e-commerce*.

Dalam materi tentang Mindset Digital Marketing, pemateri juga menyebutkan bahwa tujuan utama dari digital marketing adalah untuk memperoleh *traffic* atau pelanggan. Terdapat tiga cara utama untuk mencapai hal ini:

1. *Free Traffic*.

Mendapatkan pelanggan tanpa melakukan pembayaran atau menggunakan sponsor. Contohnya adalah melalui *platform* seperti Facebook, X/Twitter dan marketplace.

2. *Paid Traffic*

Memperoleh pelanggan dengan membayar atau menggunakan sponsor, seperti melalui Facebook Ads dan Google Ads.

3. *Buyer/Customer Acquisition Cost*.

Metode ini digunakan oleh perusahaan seperti Gojek, di mana mereka memberikan *giveaway*, *cashback*, atau diskon. Tujuannya adalah untuk mendapatkan data pelanggan, seperti kontak WhatsApp atau email, sebagai imbalan dari penawaran tersebut.

Pada sesi pertama minggu kedua pelatihan, materi yang disampaikan oleh pemateri, adalah tentang pembuatan media promosi di *marketplace* menggunakan Canva. Sesi ini dirancang untuk memberikan peserta keterampilan praktis dalam membuat konten visual yang menarik dan profesional guna mempromosikan produk mereka di berbagai *platform marketplace*. Dengan memanfaatkan Canva, sebuah alat desain grafis berbasis web yang user-friendly, peserta diharapkan mampu meningkatkan kualitas media promosi mereka. Materi ini meliputi pengenalan Canva, cara membuat akun, memilih dan mempersonalisasi template, hingga mengoptimalkan dan mengunggah media promosi ke marketplace. Melalui panduan yang komprehensif ini, para pelaku UMKM dapat memaksimalkan potensi pemasaran digital mereka dan memperluas jangkauan pasar secara efektif. Kegiatan minggu ke dua ini dapat dilihat pada Gambar 3.



(a)



(b)

Gambar 3. Pelatihan Minggu ke Dua (a) Pemateri Menjelaskan Penggunaan *Marketplace* dan canva (b) Peserta UMKM Sehati mencoba membuat Flyaer menggunakan Canva

EVALUASI PELAKSANAAN

Kegiatan evaluasi pada pelatihan ini dilakukan pada minggu kedua, tepatnya pada hari Selasa, tanggal 06 Agustus 2024. Evaluasi dipandu langsung oleh Ketua Pengabdian, Ibu Haswinda Harpriyanti. Kegiatan evaluasi ini bertujuan untuk mengukur keberhasilan pelatihan dalam meningkatkan keterampilan peserta dalam pembuatan dan pengelolaan konten digital untuk promosi produk mereka. Selama sesi evaluasi, beberapa aspek kunci dari pelatihan ditinjau dan dianalisis. Pertama, peserta diminta untuk menunjukkan hasil pembuatan konten menggunakan Canva dan video menggunakan aplikasi CapCut. Hasil ini mencakup desain grafis untuk media promosi dan video pendek yang dibuat untuk meningkatkan daya tarik produk di platform sosial media. Penilaian dilakukan berdasarkan kreativitas, kualitas visual, dan kemampuan peserta dalam mengaplikasikan teknik-teknik yang telah diajarkan selama pelatihan.

Selanjutnya, evaluasi juga mencakup analisis postingan pada akun sosial media peserta. Tim evaluasi memeriksa seberapa sering peserta memposting konten baru, jenis konten yang diposting, dan interaksi yang dihasilkan dari postingan tersebut (seperti jumlah likes, komentar, dan shares). Hal ini memberikan gambaran mengenai kemampuan peserta dalam memanfaatkan media sosial sebagai alat promosi yang efektif. Selain itu, pengelolaan akun e-commerce di platform Shopee dan Tokopedia juga dievaluasi. Peserta diminta untuk menunjukkan bagaimana mereka telah mengoptimalkan toko online mereka, termasuk cara mereka mengunggah produk, menulis deskripsi produk yang menarik, mengelola ulasan pelanggan, dan menggunakan fitur-fitur promosi yang tersedia di platform tersebut. Aspek yang dinilai meliputi kualitas tampilan toko, ketersediaan informasi produk, serta interaksi dengan pelanggan. Hasil dari kegiatan evaluasi ini memberikan wawasan yang penting mengenai kemajuan peserta dalam menguasai keterampilan digital marketing. Hal ini juga membantu tim pengabdian untuk mengidentifikasi area yang mungkin memerlukan pendampingan lebih lanjut atau penyesuaian dalam metode pelatihan di masa depan. Dokumentasi dari kegiatan evaluasi ini dapat dilihat pada Gambar 4, yang menunjukkan berbagai contoh konten dan interaksi yang telah dilakukan oleh peserta selama pelatihan.



Gambar 4. Ketua Pengabdian melakukan pendampingan kepada peserta pelatihan

Tabel 1. Evaluasi Hasil Pelatihan Ekonomi Digital UMKM Sehati

No	Aspek	Hasil Capaian
1	Peningkatan pengetahuan teknologi	<ul style="list-style-type: none"> • 20 peserta dapat mengenal dan berhasil mengoperasikan smartphone mereka dalam membuat konten digital produk dan mengelola <i>marketplace</i>
2	Peningkatan kemampuan dalam mengelola website, akun sosial media, dan <i>marketplace</i>	<ul style="list-style-type: none"> • 20 peserta dapat mengakses website UMKM Sehati, mengelola akun sosial media dalam promosi produk mereka • 20 org peserta berhasil membuat akun e-commerce seperti Shopee dan Tokopedia, hal ini dapat dilihat pada Gambar 5.
3	Peningkatan kualitas konten digital	<ul style="list-style-type: none"> • 18 orang peserta dapat membuat flayer/poster pada aplikasi canva • 18 orang peserta dapat memposting hasil canva dan video cupcut ke sosial media, pada point ini bukti dokumentasi pelaksanaannya dapat dilihat pada Gambar 6.

Peserta berhasil membuat akun e-commerce dengan langkah-langkah yang telah diajarkan selama sesi pelatihan. Mereka mampu mengisi informasi toko, termasuk nama toko, deskripsi, dan logo yang menarik. Selain itu, peserta juga menunjukkan keterampilan mereka dalam mengunggah produk dengan gambar berkualitas tinggi, menulis deskripsi produk yang menarik dan informatif, serta mengatur kategori produk dengan baik. Hasil dari kegiatan ini dapat dilihat pada Gambar 5 dan Gambar 6.



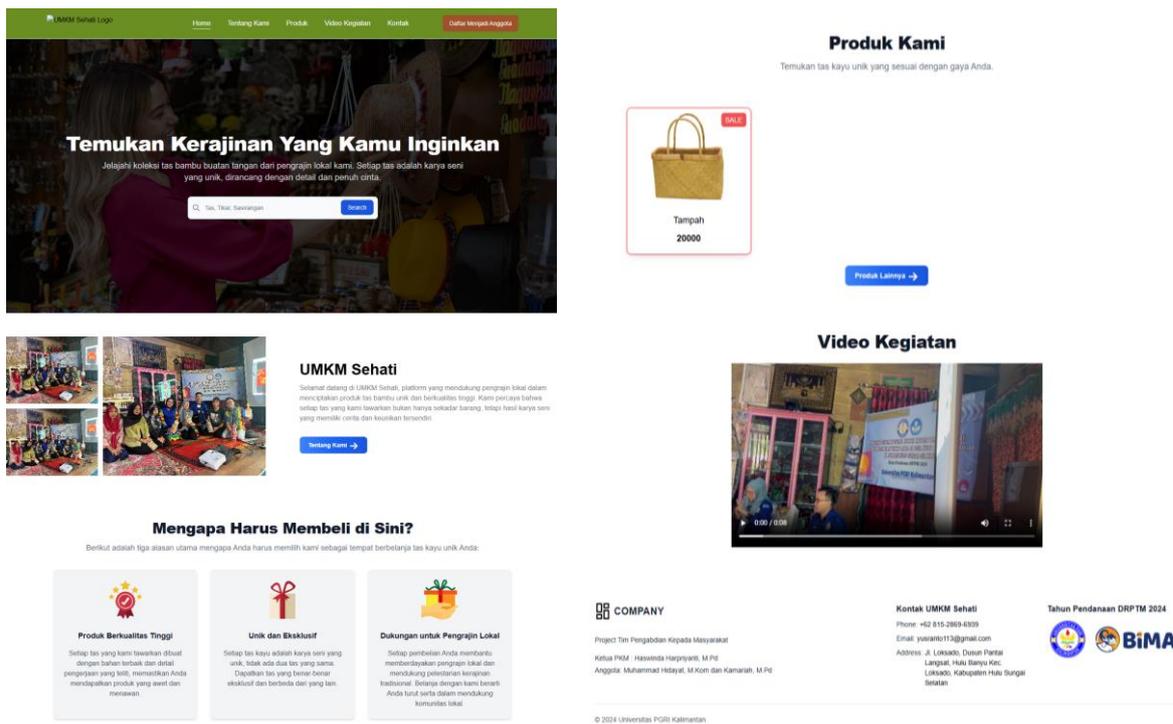
(a)



(b)

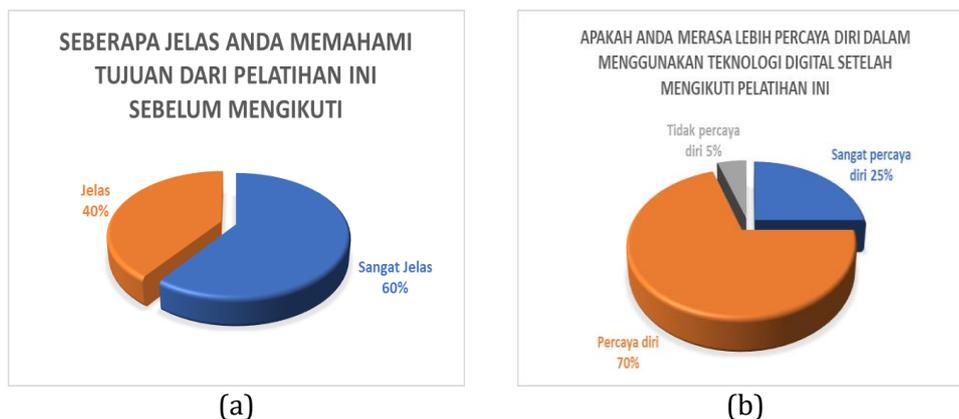
Gambar 5. Pendampingan Anggota TIM Pengabdian (a) Melakukan Pendampingan Pembuatan Akun E-Commerce (b) Melakukan Pendampingan Pembuatan Flayer/Poster pada Aplikasi Canva

Tim pengabdian tidak hanya memberikan pelatihan teori tetapi juga menyediakan alat-alat praktis yang membantu UMKM Sehati untuk langsung mempraktekkan pengetahuan yang mereka peroleh. tim telah menyediakan sebuah website untuk UMKM Sehati yang dapat diakses melalui halaman www.umkmsehati.com, seperti yang ditunjukkan pada Gambar 6. Tim juga memberikan dua modul pelatihan beserta satu aplikasi POS untuk membantu UMKM Sehati dalam menerapkan ekonomi digital dalam proses bisnis sehari-hari. Pembuatan website memungkinkan UMKM untuk memiliki kehadiran digital yang lebih profesional dan mudah diakses oleh calon pelanggan. Modul pelatihan yang diberikan berisi panduan langkah demi langkah yang memudahkan peserta dalam memahami dan mengaplikasikan strategi digital marketing serta pengelolaan *e-commerce*.



(a) (b)
Gambar 6. Halaman Website UMKM Sehati (a) Halaman Atas (b) Halaman Bawah

Berikut adalah hasil evaluasi berdasarkan angket yang diisi oleh peserta pelatihan. Grafik-grafik berikut menggambarkan pemahaman, kepercayaan diri, peningkatan pengetahuan, dan penilaian terhadap fasilitas dan perangkat teknologi yang disediakan selama pelatihan, yang dapat dilihat pada Gambar 7.





Gambar 7. Hasil Evaluasi Pengabdian melalui angket peserta

(a) Grafik Tujuan dari Pelatihan ini Sebelum Mengikuti, (b) Grafik Apakah Anda Merasa Lebih Percaya Diri dalam Menggunakan Teknologi Digital Setelah Mengikuti Pelatihan Ini, (c) Grafik Seberapa Besar Peningkatan Pengetahuan Anda Tentang Ekonomi Digital Setelah Mengikuti Pelatihan Ini, (d) Apakah fasilitas dan perangkat teknologi yang disediakan selama pelatihan memadai

KESIMPULAN

Pelaksanaan program pengabdian kepada masyarakat ini berhasil mencapai beberapa hasil yang signifikan dalam memberdayakan UMKM Sehati di Hulu Banyu Kandangan, Kabupaten Hulu Sungai Selatan. Berikut adalah kesimpulan dari hasil kegiatan:

1. Peningkatan Pengetahuan Teknologi:

- Sebanyak 20 peserta berhasil mengenal dan mengoperasikan *smartphone* mereka untuk membuat konten digital produk serta mengelola *marketplace*.
- Peserta menunjukkan peningkatan pemahaman tentang ekonomi digital dan merasa lebih percaya diri 70% dalam menggunakan teknologi digital setelah mengikuti pelatihan ini.

2. Peningkatan Kemampuan dalam Mengelola *Website*, Akun Sosial Media, dan *Marketplace*:

- 20 peserta dapat mengakses website UMKM Sehati dan mengelola akun sosial media untuk promosi produk mereka.
- 18 Peserta juga berhasil membuat akun *e-commerce* di Shopee dan Tokopedia.

3. Peningkatan Kualitas Konten Digital:

- Sebanyak 18 peserta dapat membuat *flyer/poster* menggunakan aplikasi Canva.
- 18 Peserta juga dapat memposting hasil desain Canva dan video CapCut ke media sosial.

Selain itu, tim pengabdian menyediakan sebuah website untuk UMKM Sehati yang dapat diakses melalui www.umkmsehati.com. Tim juga memberikan dua modul pelatihan dan satu aplikasi POS untuk membantu UMKM dalam menerapkan ekonomi digital dalam proses bisnis sehari-hari.

UCAPAN TERIMA KASIH

Pelaksanaan pengabdian ini tidak lepas dari rahmat dan karunia Allah SWT yang telah memberikan kemudahan dan kelancaran dalam setiap tahapannya. Kami juga ingin menyampaikan terima kasih yang tulus kepada Direktorat Riset, Teknologi, dan Pengabdian Masyarakat (DRTPM) Kementerian Pendidikan, Kebudayaan, Riset, dan Teknologi (Kemdikbudristek) Republik Indonesia. Dukungan yang diberikan oleh Kemdikbudristek melalui program Pengabdian kepada Masyarakat sangat berarti bagi kesuksesan kegiatan ini. Kesempatan yang diberikan kepada kami untuk melaksanakan program pengabdian kepada masyarakat pada tahun 2024 telah memungkinkan tim pengabdian untuk berkontribusi

dalam memberdayakan UMKM Sehati di Hulu Banyu Kandangan, Kabupaten Hulu Sungai Selatan. Kami berharap hasil dari kegiatan ini dapat memberikan manfaat yang berkelanjutan bagi masyarakat setempat dan mendukung perkembangan ekonomi digital di wilayah tersebut.

DAFTAR PUSTAKA

- Aprillia Pratiwi Putri, Adietya Arie Hetami, Finnah Fourqoniah, Ana Noor Andriana, Mardalena Ardiyani, Salsabila, Tika Umilatul Muniroh, Reza Riandani, Eva Muliyani, Agwesti Yasshyka, Aprilia Putri Listiana, & Syafira Rahmalia Indah. (2022). Pelatihan Digital Marketing untuk Mencapai Optimalisasi Strategi Pemasaran pada UMKM. *Jurnal Pengabdian kepada Masyarakat Nusantara*, 3(2.1 Desember), 828–839. <https://ejournal.sisfokomtek.org/index.php/jpkm/article/view/451>
- HIDAYAT, M., Syarwani, A., Muhammad, A., & Zulkarnain, M. R. (2023). PELATIHAN APLIKASI INDEK TATA KELOLA ONLINE (ITK-O) KEPADA PERSONIL POLRESTA BANJARMASIN. *Jurnal Abadimas Adi Buana*, 7(01), 137–147. <https://doi.org/10.36456/abadimas.v7.i01.a7454>
- Kusumojanto, D. D., Dewi, Y. R., Prameka, A. S., & Nur Rakhmad, A. A. (2022). Peningkatan Produktifitas dan Variasi Usaha Ekonomi Perempuan Pengrajin Batik Desa Wonorejo Kecamatan Singosari Kabupaten Malang melalui Pelatihan Intensif Batik Tulis Kantil. *Sivitas: Jurnal Pengabdian dan Pemberdayaan Masyarakat*, 2(1), 1–7. <https://doi.org/10.52593/svs.02.1.01>
- Nurhikmah, N., Rusvitawati, D., Alfiannor, A., Anisa, N., Mursid Wijaya, M. R., & Chumaidi, C. (2020). KEWIRAUSAHAAN DENGAN MENGGAKAT POTENSI UNGGULAN DAERAH DI KECAMATAN LOKSADO, KABUPATEN HULU SUNGAI SELATAN KALIMANTAN SELATAN TAHUN 2018. *Bakti Banua: Jurnal Pengabdian Kepada Masyarakat*, 1(2), 84–88. <https://doi.org/10.35130/bbjm.v1i2.155>
- Iswahyudi, M. S., Anwar, H. M., Sintesa, N., Hidayat, M., Kom, M., Windreis, C., Ida Adhani, S. E., AK, M., Samara, A., & Ak, S. (2023). Pengantar Teknologi Manajemen Bisnis. *Cendikia Mulia Mandiri*.
- Rahmani, S., & KM, M. R. (2021). Penguatan Strategi Pemasaran Sebagai Upaya Pertahanan Usaha Mikro Milik Warga. *Sivitas: Jurnal Pengabdian dan Pemberdayaan Masyarakat*, 1(2), 81–94. <https://doi.org/10.52593/svs.01.2.05>
- Rahmansyah, N., Aryadi, M., & Fauzi, H. (2020). STRATEGI PEMBERDAYAAN MASYARAKAT LOKAL BERBASIS BAMBU DI KECAMATAN LOKSADO. *Jurnal Hutan Tropis*, 8(1), 91. <https://doi.org/10.20527/jht.v8i1.8165>