

TRANSFORMASI *DIGITAL* UMKM BOROBUDUR MELALUI PROGRAM PELATIHAN *DIGIPRENEUR MARKETPLACE* GETI

Arsi Yulianjani¹, Lusyani Sunarya², Sabrina Najwa Thamrin^{3*}, Fauzan Syam Adiya⁴

¹ Manajemen Informatika, ^{2,3,4} Teknik Informatika Fakultas Sains and Teknologi

Universitas Raharja

Jl. Jendral Sudirman No.40 Modernland, Cikokol, Tangerang, Indonesia

e-mail: arsiyulianjani@raharja.info¹, lusyani@raharja.info², sabrina.najwa@raharja.info³
fauzan.syam@raharja.info⁴

Abstrak

Perkembangan teknologi digital membawa dampak besar bagi dunia bisnis, termasuk di Indonesia, khususnya di kota-kota besar seperti Tangerang. Peningkatan keterampilan kewirausahaan digital menjadi penting, terutama bagi pelaku UMKM. PT Global Edukasi Talenta Inkubator Tangerang (GETI) melalui Divisi Digipreneur Marketplace, berfokus pada pengembangan kewirausahaan digital dengan memberikan pelatihan dan fasilitas untuk memanfaatkan platform e-commerce, seperti Shopee dan TikTok. Penelitian ini bertujuan untuk mendalami peran Divisi Digipreneur Marketplace dalam memberdayakan UMKM melalui pelatihan teknologi dan pemasaran online, serta mendukung pengembangan ekosistem kewirausahaan yang berkelanjutan. Penelitian ini menggunakan metode deskriptif kualitatif melalui observasi, dokumentasi, dan wawancara untuk menggambarkan pelatihan digital UMKM Borobudur oleh Divisi Digipreneur GETI. Hasil penelitian menunjukkan bahwa peserta UMKM Borobudur memperoleh pengalaman praktis dalam mengelola akun e-commerce, membuat konten promosi, serta memahami dan memanfaatkan platform digital secara optimal. Divisi Digipreneur Marketplace berhasil meningkatkan kompetensi pelaku UMKM Borobudur dengan membekali mereka keterampilan yang dibutuhkan untuk bersaing di era digital, sekaligus memperluas jangkauan pasar produk lokal.

Kata kunci: Kewirausahaan Digital, UMKM dan E-commerce Digipreneur

Abstract

The development of digital technology has a major impact on the business world, including in Indonesia, especially in big cities like Tangerang. Improving digital entrepreneurship skills is important, especially for MSMEs. PT Global Edukasi Talenta Inkubator Tangerang (GETI), through the Digipreneur Marketplace Division, focuses on developing digital entrepreneurship by providing training and facilities to utilize e-commerce platforms, such as Shopee and TikTok. This study aims to explore the role of the Digipreneur Marketplace Division in empowering MSMEs through technology and online marketing training, as well as supporting the development of a sustainable entrepreneurial ecosystem. The method used is a qualitative approach with direct observation and interviews with stakeholders in the Digipreneur Division. The results of the study show that Borobudur MSME participants gained practical experience in managing e-commerce accounts, creating promotional content, and understanding and utilizing digital platforms optimally. The Digipreneur Marketplace Division has succeeded in improving the competence of Borobudur MSMEs by providing them with the skills needed to compete in the digital era while expanding the reach of the local product market.

Keywords: Digital Entrepreneurship, MSMEs and E-commerce Digipreneur

1. PENDAHULUAN

Perkembangan teknologi *digital* telah mengubah cara orang berbisnis, membuka peluang baru bagi para wirausahawan, untuk memasarkan produk dan layanan mereka. Di Indonesia, terutama di Kota-kota besar seperti Tangerang, Studi kasus penggunaan strategi *digital marketing* oleh pelaku UMKM dalam meningkatkan penjualan selama pandemi. Mendukung pembahasan tentang *marketplace*^[1], muncul kebutuhan mendesak untuk membekali individu dengan keterampilan kewirausahaan *digital*. *Marketplace* merupakan bentuk media pemasaran belanja *online* yang menjadi pusat perhatian berbagai kalangan masyarakat, yang dimana *online* dan *marketplace* ini memberikan pengaruh begitu besar terhadap bisnis seseorang.^[2]

PT Global Edukasi Talenta Inkubator Kota Tangerang, berkomitmen untuk memenuhi kebutuhan ini dengan mendirikan Divisi *Digipreneur Marketplace*. *Digital entrepreneurship (Digipreneur)* merupakan sebuah inovasi dalam peningkatan kompetensi dan pengembangan kewirausahaan dimana individu-individu menggunakan internet sebagai alat untuk menciptakan peluang komersial, menyebarkan informasi dan berkolaborasi dengan klien dan mitra.^[3] Perusahaan ini hadir untuk dapat membantu mewujudkan keinginan pemerintah dalam meningkatkan kualitas mahasiswa dalam persaingan dunia kerja, yang dikenal sebagai LPK GETI, adalah lembaga pelatihan sumber daya manusia di bidang *e-commerce* dan *digital marketing*. Pengembangan adalah kegiatan ilmu pengetahuan dan teknologi yang bertujuan memanfaatkan kaidah dan teori ilmu pengetahuan dan teknologi yang telah ada, atau menghasilkan teknologi baru.^[4] Lembaga ini berdiri pada Oktober 2018. LPK GETI tergabung dalam induk perusahaan Dagang Grup yang merupakan salah satu anak usaha dari *holding company* Anugerah Tangkas Transportindo (ATT Group), yang bergerak di bidang logistik dan menawarkan total solusi logistik ber skala International dan *domestic*. Pada Divisi *Digipreneur* mendapatkan pengalaman praktis yang langsung didapatkan, seperti membantu target mengembangkan teknologi melalui *platform Shopee* dan *Tiktok*, yang merupakan alat bantuan untuk mengembangkan Divisi *Digipreneur* untuk media promosi merupakan salah satu strategi yang harus dirancang dengan sangat baik oleh perusahaan agar dapat memenangkan persaingan dan dapat membuat konsumen memilih untuk membeli produk yang ditawarkan.^[5] Promosi adalah suatu bentuk komunikasi pemasaran. Yang dimaksud dengan komunikasi pemasaran adalah aktivitas pemasaran yang berusaha menyebarkan informasi, mempengaruhi sasaran atas perusahaan dan produknya agar bersedia menerima dan loyal pada produk yang ditawarkan perusahaan bersangkutan^[6].



Gambar 1. Peserta UMKM di Pendopo Pasar Seni Borobudur

TUJUAN PENELITIAN

Tujuan penelitian ini adalah untuk menjadi *platform* yang mendukung pengembangan wirausaha lokal melalui pelatihan, edukasi dan fasilitasi transaksi secara *online*. Dengan memberikan akses kepada pelaku usaha kecil dan menengah untuk menjangkau pasar yang lebih luas, diharapkan akan tercipta ekosistem kewirausahaan yang dinamis dan berkelanjutan. Melalui divisi ini, PT Global Edukasi Talenta, berupaya memberdayakan masyarakat dan meningkatkan daya saing ekonomi lokal di era *digital*.

Melalui Divisi *Digipreneur* diharapkan dapat membantu pelaku UMKM dalam mengembangkan teknologi dan menjual produknya melalui *platform Shopee* dan *Tiktok*, yang merupakan alat bantuan untuk mengembangkan Divisi *Digipreneur* untuk media promosi merupakan salah satu strategi yang harus dirancang dengan sangat baik oleh perusahaan agar dapat memenangkan persaingan dan dapat membuat konsumen memilih untuk membeli produk yang ditawarkan.^[3] Dengan misi memberdayakan semua sumber daya manusia yang ada di seluruh dunia, agar dapat menggunakan *platform e-commerce* dan dapat mempublikasi *platform* tersebut, yang di laksanakan di Divisi *Digi preneur Marketplace*.

PERMASALAHAN

Dalam Divisi *Digipreneur Marketplace* pada PT Global Edukasi Talenta Inkubator yaitu, banyak UMKM yang belum bahkan tidak familiar dengan teknologi dan *platform e-commerce*, sehingga mereka tidak dapat memanfaatkan potensi pasar *online*. Dalam menghadapi tantangan yang ada, inspirasi yang lebih beragam dapat membantu menghasilkan solusi inovatif khususnya di Divisi *Digipreneur*, yang dapat secara signifikan meningkatkan pengetahuan & keahlian terhadap teknologi *platform e-commerce*, serta melatih kinerja mereka dalam lingkungan profesional.

1. Pengembangan UMKM lokal melalui pelatihan, inkubasi, serta bimbingan praktek secara *online*.
2. Memberdayakan masyarakat dan meningkatkan daya saing produk lokal di era *digital*.
3. Memperkenalkan kreasi produk UMKM lokal di pasar *online*.

PELAKSANAAN KEGIATAN PENGABDIAN

Kegiatan Program UMKM Borobudur dilakukan secara *online* selama 30 hari dari tanggal 21 Agustus - 25 September 2024 melalui *zoom* dan setiap harinya peserta UMKM diberikan materi yang berbeda mulai dari pengenalan *platform digital* hingga praktek memasarkan produk di *e-commerce* dan juga *social commerce*.

SASARAN KEGIATAN PENGABDIAN

Kegiatan program UMKM Borobudur yang dilaksanakan secara *online* program ini di latar belakang untuk memajukan UMKM di era *digital*. setiap hari peserta UMKM diberikan materi yang berbeda mulai dari pengenalan *platform digital* hingga praktek memasarkan produk di *E-commerce* dan juga *social commerce*. Selain diajarkan menjadi *seller ecommerce* dengan membuka toko di *Shopee* dan *Tiktok* mereka juga aktif diajarkan untuk menjadi *affiliate* dan konten kreator untuk memantapkan diri bersaing di era *digital*, untuk itu mereka menjalankan tugas seperti pengambilan gambar yang menarik perhatian penonton dan membuat *hook* konten agar lebih menarik dan rutin mengupload konten setiap hari agar algoritmanya terbaca oleh *Tiktok* dan *Shopee*.

2. METODE PENGABDIAN

Penelitian ini menggunakan metode deskriptif kualitatif melalui observasi, dokumentasi, dan wawancara untuk menggambarkan pelatihan *digital* UMKM Borobudur oleh Divisi *Digipreneur* GETI. Pelatihan UMKM Borobudur adalah program kerja yang dilatar belakangi untuk memajukan UMKM di era *digital*, pelatihan dilakukan dengan metode daring menggunakan *zoom*, setiap hari peserta UMKM diberikan materi yang berbeda mulai dari pengenalan *platform digital* hingga praktek memasarkan produk di *E-commerce* dan juga *social commerce*. Selain diajarkan menjadi *seller ecommerce* dengan membuka toko di *Shopee* dan *TikTok* mereka juga aktif diajarkan untuk menjadi *affiliate* dan konten kreator untuk memantapkan diri bersaing di era *digital*, untuk itu mereka menjalankan tugas seperti membuat konten, menautkan keranjang kuning di *Shopee* ataupun *TikTok*, dan mempelajari *live streaming* untuk jualan di *Shopee* dan *TikTok*.

1. Sebanyak 50 peserta dari Grup A mengikuti pelatihan pembuatan akun *affiliate TikTok* dan *Shopee*, mulai dari pendaftaran hingga verifikasi akun.
2. Peserta melanjutkan proses pembuatan akun *affiliate*, memastikan akun sesuai standar dan siap digunakan.
3. Peserta mendapatkan pelatihan mengenai cara *editing* video konten yang efektif untuk *TikTok*.
4. Pelatihan tentang strategi membuat hook menarik di awal video untuk meningkatkan *engagement*.
5. Sesi tutorial tentang menautkan keranjang kuning untuk memudahkan konsumen mengakses produk.
6. Pelatihan tentang cara melakukan riset produk *affiliate* dengan potensi tinggi untuk dipromosikan di *TikTok*.
7. Peserta belajar mengenai cara berinteraksi dengan audiens selama *live streaming*, mempresentasikan produk, dan memaksimalkan penjualan melalui *platform live streaming*. Peserta sangat antusias dengan teknik yang diajarkan.
8. Instruktur fokus pada cara menjual produk secara *online* dan menautkan produk ke tiga toko, memudahkan calon pembeli untuk mengakses produk selama *live streaming*.

selanjutnya adalah pelaksanaan strategi sesuai dengan rancangan yang sudah ditetapkan oleh rekan-rekan. Dari mulai kegiatan apa saja yang akan dilakukan di hari pertama sampai hari terakhir. Kegiatan di ambil dokumentasinya melalui *screenshot* setelah materi selesai disampaikan.

3. HASIL DAN PEMBAHASAN

Berikut adalah hasil pelaksanaan untuk penyampaian materi Bersama peserta UMKM, materi ini disampaikan untuk pelatihan dilakukan dengan metode daring menggunakan zoom, setiap hari peserta umkm diberikan materi yang berbeda mulai dari pengenalan *platform digital* hingga praktek memasarkan produk di *E-commerce* dan juga *social commerce*. Selain diajarkan menjadi *seller ecommerce* dengan membuka toko di *Shopee* dan *Tiktok* mereka juga aktif diajarkan untuk menjadi *affiliate* dan konten kreator untuk memantapkan diri bersaing di era *digital*, untuk itu mereka menjalankan tugas seperti membuat konten, menautkan keranjang kuning di *Shopee* ataupun *Tiktok*, dan mempelajari *live streaming* untuk jualan di *Shopee* dan *Tiktok*. Meskipun dilaksanakan secara daring melalui *Zoom*, program ini memberikan kontribusi signifikan terhadap peningkatan pengetahuan dan keterampilan pelaku UMKM dalam memanfaatkan teknologi dan *platform e-commerce* seperti *Shopee* dan *TikTok*.

Dalam kegiatan pengabdian di UMKM Borobudur penulis bekerja dalam satu team Peserta program tidak hanya memahami cara membuka toko *online* dan menjadi *affiliate*, tetapi juga mendapatkan keterampilan tambahan seperti membuat konten promosi yang efektif, menautkan keranjang kuning, dan berinteraksi dengan audiens melalui *live streaming*.



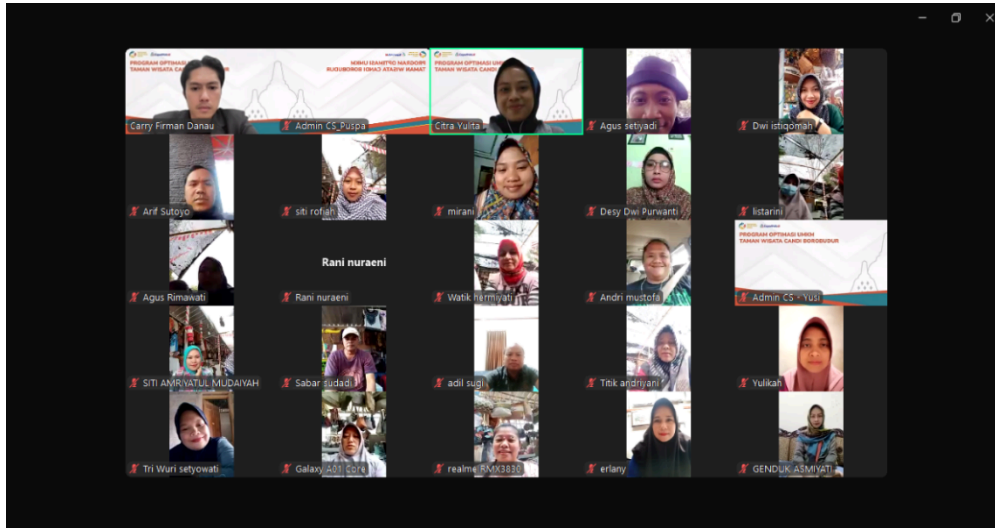
Gambar 2. Pembukaan untuk melakukan pelatihan dengan Bapak Dedi Noor Cahyanto Deputy Direktur Bank Indonesia

Pada gambar 2. Peresmian pembukaan untuk melakukan pelatihan UMKM di Borobudur dengan Bapak Dedi Noor Cahyanto selaku Deputy Direktur Bank Indonesia



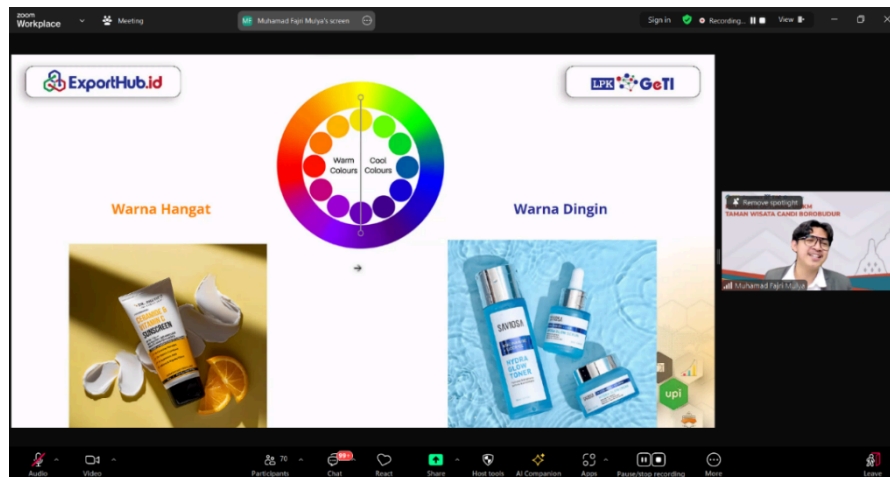
**Gambar 3. Pembukaan dari Amalia S. Prabowo
Presiden Direktur GETI Incubator**

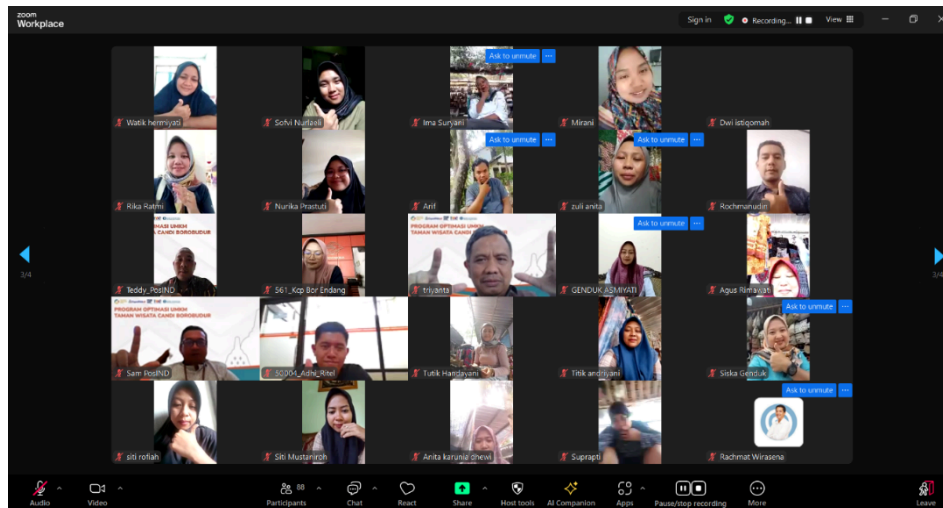
Pada gambar 3, pembukkaan dari Ibu amalia S.prabowo selaku presiden Direktur GETI incubator untuk peresmian kerjasama dengan UMKM Borobudur.



Gambar 4. Cara pendaftaran di Shopee dan Tiktok Bersama Uda Carry

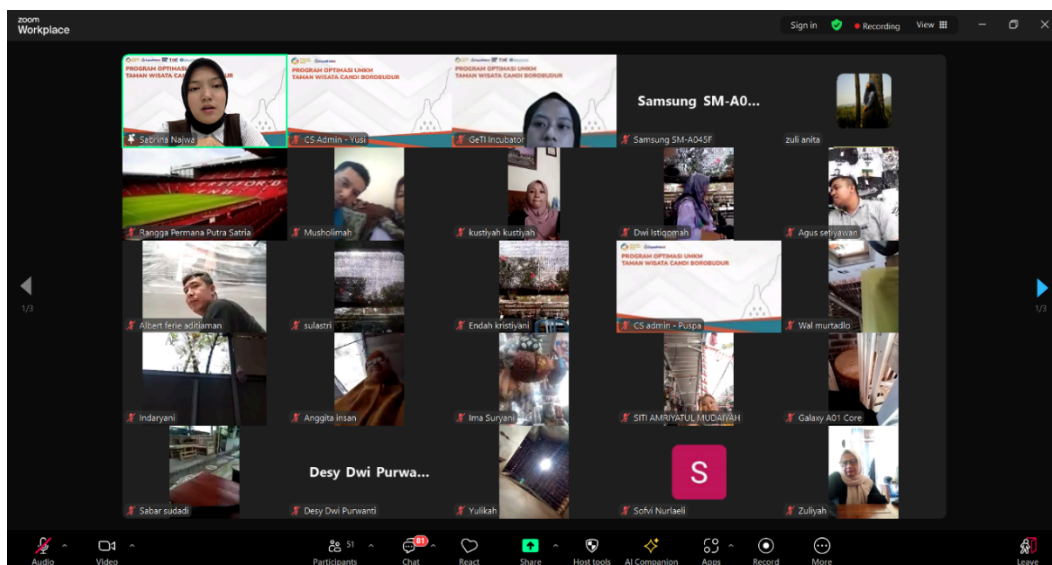
Pada Gambar 4. Mengikuti pelatihan pembuatan akun *affiliate TikTok* dan *Shopee*, mulai dari pendaftaran hingga verifikasi akun, Dengan Uda Carry.





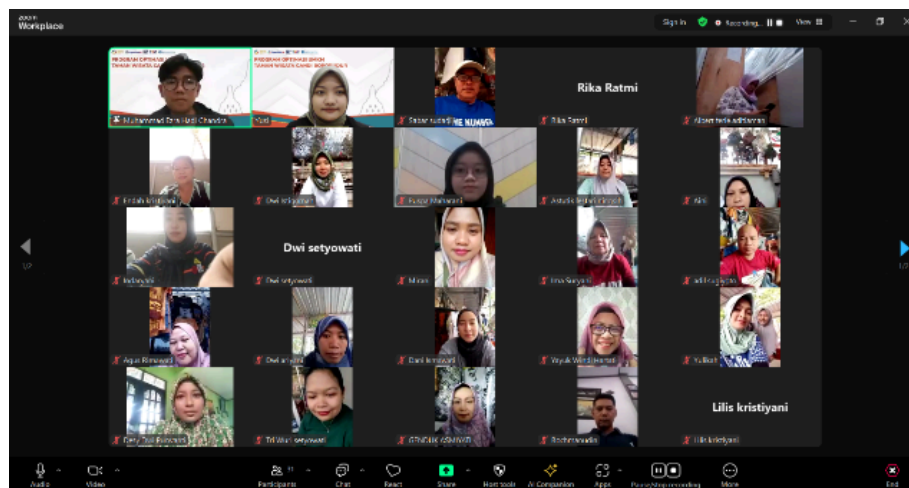
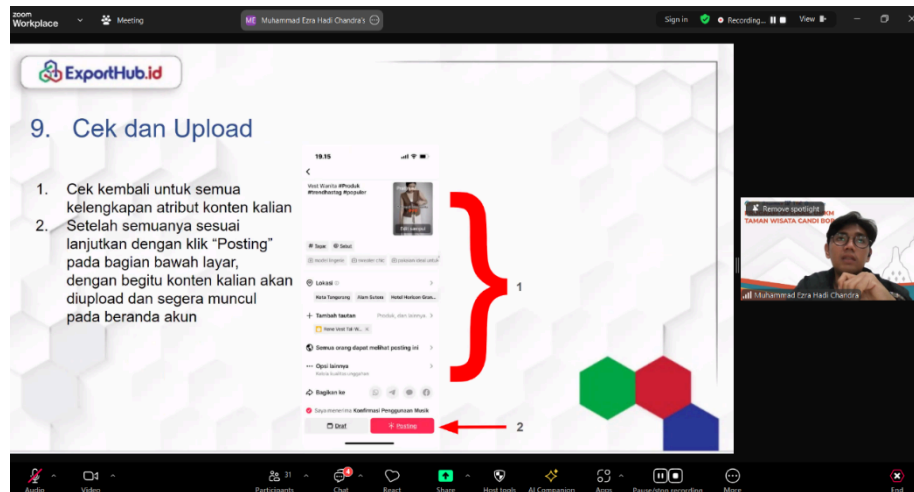
Gambar 5. Pelatihan mengenai cara *editing* video konten yang efektif untuk TikTok Bersama Uda Fajri

Pada gambar 5. Peserta mendapatkan pelatihan mengenai cara *editing* video konten yang efektif untuk *TikTok* agar tidak kena duplikat atau dibisukan oleh *TikTok* karena melanggar hak cipta.



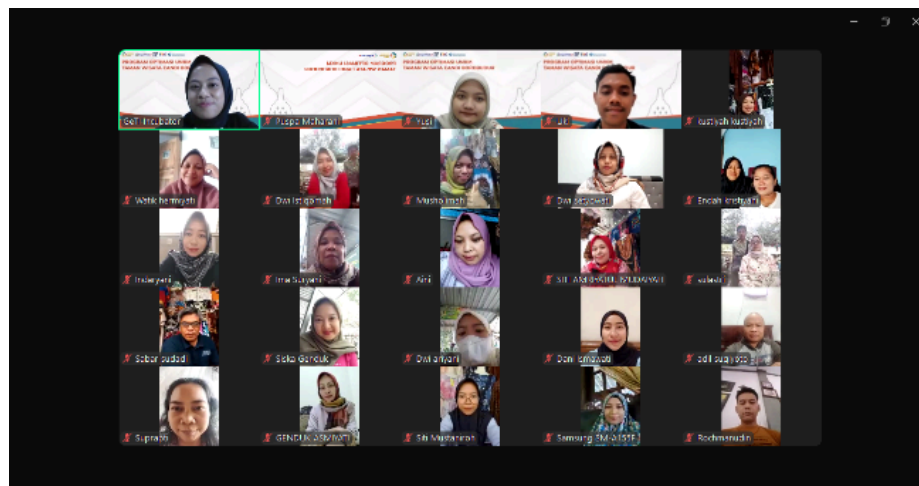
Gambar 6. Strategi membuat *hook* menarik di awal video untuk meningkatkan *engagement* dengan Ka Sabrina

Pada Gambar 6. Melakukan pelatihan tentang strategi membuat *hook* menarik di awal video untuk meningkatkan *engagement* agar penonton *stay* dengan video kita untuk beberapa detik agar terbaca algoritmanya dengan *Shopee*.



Gambar 7. Sesi tutorial tentang menautkan keranjang kuning untuk memudahkan konsumen mengakses produk Bersama Mas Ezra

Pada Gambar 7. Membuat tutorial tentang menautkan keranjang kuning untuk memudahkan konsumen mengakses produk dan agar penonton yang melihat tertarik dengan konten yang kita buat.



Gambar 8. Belajar berinteraksi dengan audiens *live streaming* bersama Mas Uki

Pada Gambar 8. Peserta belajar mengenai cara berinteraksi dengan audiens selama *live streaming*, mempresentasikan produk, dan memaksimalkan penjualan melalui *platform live streaming*. Peserta sangat antusias dengan teknik yang diajarkan.

4. SIMPULAN

Program pengembangan UMKM Borobudur yang dilaksanakan oleh Divisi *Digipreneur* PT Global Edukasi Talenta berhasil menjadi langkah awal dalam mendukung transformasi *digital* UMKM. Meskipun dilaksanakan secara daring melalui *Zoom*, program ini memberikan kontribusi signifikan terhadap peningkatan pengetahuan dan keterampilan pelaku UMKM dalam memanfaatkan teknologi dan *platform e-commerce* seperti *Shopee* dan *TikTok*.

Peserta program tidak hanya memahami cara membuka toko *online* dan menjadi *affiliate*, tetapi juga mendapatkan keterampilan tambahan seperti membuat konten promosi yang efektif, menautkan keranjang kuning, dan berinteraksi dengan audiens melalui *live streaming*. Keterbatasan dalam praktik langsung dapat diatasi dengan penyediaan video tutorial yang komprehensif, memungkinkan peserta untuk belajar secara mandiri dan mendetail.

Melalui pelatihan ini, UMKM diharapkan mampu meningkatkan daya saing, memperluas pasar, dan menciptakan ekosistem kewirausahaan yang berkelanjutan. Dengan

demikian, Divisi *Digipreneur* berkontribusi dalam memberdayakan masyarakat sekaligus mendorong pertumbuhan ekonomi lokal di era *digital*.

5. SARAN

Untuk meningkatkan efektivitas program, disarankan untuk menambahkan sesi simulasi langsung secara daring. Simulasi ini memungkinkan peserta mempraktikkan pembuatan akun, konten, dan pemasangan keranjang kuning secara *real-time* dengan bimbingan instruktur. Hal ini dapat mengatasi keterbatasan pelatihan yang hanya dilakukan melalui *Zoom* dan memberikan pengalaman praktik yang lebih mendalam.

Selain itu, menyediakan video tutorial yang lebih interaktif dan mudah dipahami sangat penting. Materi dapat diperkuat dengan panduan teknis yang rinci dan langkah-langkah praktis yang dapat diakses kapan saja oleh peserta. Pendampingan tambahan, seperti sesi konsultasi individu atau kelompok kecil, juga dapat membantu peserta yang menghadapi kesulitan teknis.

Terakhir, kolaborasi dengan *platform* seperti *Shopee* dan *TikTok* bisa menjadi langkah strategis untuk memberikan pelatihan langsung dari pihak *platform*. Pendekatan *hybrid* yang menggabungkan pelatihan daring dan praktik langsung di lokasi tertentu juga dapat dipertimbangkan untuk memberikan pengalaman belajar yang lebih lengkap dan mendukung UMKM dalam memanfaatkan teknologi secara optimal.

6. UCAPAN TERIMA KASIH

Tim PKM mengucapkan terima kasih yang sebesar-besarnya kepada:

1. PT Global Edukasi Talenta Inkubator (GETI), khususnya Divisi *Digipreneur Marketplace*, atas kesempatan dan dukungan dalam pelaksanaan program pelatihan digital bagi UMKM Borobudur.
2. Para instruktur dan mentor pelatihan, yang telah membagikan ilmu, pengalaman, serta bimbingan teknis yang sangat berharga selama kegiatan berlangsung.

Peserta UMKM Borobudur, atas partisipasi aktif, antusiasme, dan semangat belajar yang tinggi dalam mengikuti seluruh rangkaian pelatihan.

DAFTAR PUSTAKA

- Sari, R. and Rahadi, D. R. (2022) 'Strategi Digital Marketing untuk Peningkatan Penjualan UMKM di Era Pandemi', *Jurnal Ekonomi dan Bisnis Digital*, 5(1), pp. 34–45.
- Ana, W., Sophan, T. D. F., Nisa, C. and Sanggarwati, D. A. (2021) 'Pengaruh pemasaran media online dan marketplace terhadap tingkat penjualan produk UMKM CN Collection di Sidoarjo', *Media Mahardhika*, 19(3), pp. 517–522.
- Effendi, B., Adinugraha, H. H., Adiwianto, W. W. and Mubtadi, N. A. (2024) 'Pelatihan Digital Entrepreneur (Digipreneur) pada Pemuda Muhammadiyah Pemalang', *Irajagaddhita*, 2(1), pp. 19–26.
- Ginantara, A. and Aguss, R. M. (2022) 'Pengembangan bahan ajar permainan bola besar sebagai sumber belajar di SMA Negeri 1 Trimurjo', *Jurnal Pendidikan Jasmani (J. Phys. Educ)*, 3(2), pp. 26–33.
- Winasis, C. L. R., Widiyanti, H. S. and Hadibrata, B. (2022) 'Determinasi Keputusan Pembelian: Harga, Promosi dan Kualitas Produk (Literature Review Manajemen Pemasaran)', *Jurnal Ilmu Manajemen Terapan*, 3(4), pp. 399–410.
- Junaidi, Rikardo, A. and Arista, N. (2022) 'Media Video Promosi Desa Markisa sebagai Pendukung Informasi pada Disbudpar Kota Tangerang', *MAVIB Journal: Jurnal Multimedia Audio Visual and Broadcasting*, 3(2), pp. 181–191.