

Peningkatan Kapasitas UMKM melalui Pelatihan Digitalisasi Administrasi Berbasis Website dan Digitalisasi Marketing

Aan Ikhsananto¹, Avrilita Rufis Setya Ningrum², Felia Ayu Raharjo³,
Lucky Rafael Akbar⁴, Salsa Az Zahra⁵

^{1,2,3,4,5} Program Studi Pendidikan Administrasi Perkantoran, Fakultas Ekonomika dan Bisnis, Universitas Negeri Semarang
[*e-mail:aanikhsananto@mail.unnes.ac.id](mailto:aanikhsananto@mail.unnes.ac.id)¹, avrilitarufis@students.unnes.ac.id², rfeliaayu@students.unnes.ac.id³,
lucky25@students.unnes.ac.id⁴, salsaazzahra31@students.unnes.ac.id⁵

Received:	Revised:	Accepted:	Available online:
23.09.2026	14.10.2026	17.10.2026	20.10.2026

Abstract: This community service activity aimed to improve partners' ability to utilize digital technology through website-based business administration and digital marketing training. The solutions included implementing Your Cashier to support transaction recording, stock management, and business reporting, as well as digital marketing training through social media and Canva. This activity employed a Participatory Action Research (PAR) approach consisting of problem identification, planning, action, observation, reflection, and evaluation. Evaluation was conducted through observation, interviews, documentation, and questionnaires using descriptive analysis. The activity involved 31 members of the Maju Barokah MSME group. The results showed improved participants' understanding and skills in creating promotional content using Canva, utilizing social media for marketing, and using Your Cashier for transaction recording, stock management, and business reporting. The program provided knowledge, practical experience, and initial readiness for partners to utilize digital technology to support business management and marketing.

Keywords: Administrative Digitalization, Marketing Digitalization, Participatory Action Research, MSMEs

Abstrak: Kegiatan pengabdian ini bertujuan untuk meningkatkan kemampuan mitra dalam memanfaatkan teknologi digital melalui penerapan administrasi usaha berbasis website serta pelatihan digital marketing. Solusi yang diberikan berupa penerapan website *Your Cashier* untuk mendukung pencatatan transaksi, pengelolaan stok, dan pembuatan laporan usaha, serta pelatihan digital marketing melalui pemanfaatan media sosial dan Canva. Metode kegiatan ini menggunakan pendekatan *Participatory Action Research* (PAR) yang terdiri dari identifikasi masalah, perencanaan, pelaksanaan, observasi, refleksi, serta evaluasi. Evaluasi dilakukan melalui angket pre-test dan post-test dengan analisis deskriptif. Kegiatan diikuti oleh 31 anggota kelompok UMKM Maju Barokah. Hasil kegiatan menunjukkan peningkatan pemahaman dan keterampilan peserta dalam menggunakan website *Your Cashier* untuk pencatatan transaksi, pengelolaan stok, dan pembuatan laporan usaha dan membuat konten promosi menggunakan Canva serta memanfaatkan media sosial untuk pemasaran. Hasil ini menunjukkan bahwa kegiatan ini memberikan pengetahuan, pengalaman praktik, dan kesiapan bagi mitra dalam memanfaatkan teknologi digital untuk mendukung pengelolaan dan pemasaran usaha.

Kata kunci: Digitalisasi Administrasi, Digitalisasi Marketing, Participatory Action Research, UMKM

This is an open access article under the [CC BY-SA](#) license.



1. PENDAHULUAN

UMKM merupakan usaha produktif sebagaimana diatur dalam Undang-Undang Nomor 20 Tahun 2008 dan berperan penting dalam perekonomian nasional. Di tengah pesatnya perkembangan ekonomi global, Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah (UMKM) memegang peranan yang sangat krusial sebagai tulang punggung perekonomian nasional (Faria et al., 2026). UMKM tidak hanya berperan dalam kegiatan ekonomi dan penyerapan tenaga kerja, tetapi juga memiliki posisi strategis dalam penguatan ekonomi lokal serta pemberdayaan masyarakat (Hapsari et al., 2024). Besarnya peran tersebut menunjukkan bahwa penguatan kapasitas UMKM menjadi bagian penting dalam mendukung pertumbuhan ekonomi nasional. Berdasarkan data Kementerian Koperasi dan UKM Republik Indonesia, jumlah UMKM di Indonesia mencapai sekitar 65 juta unit usaha dengan kontribusi sekitar 60% terhadap Produk Domestik Bruto (PDB) dan penyerapan tenaga kerja sekitar 97%. Kondisi tersebut menunjukkan pentingnya peningkatan kapasitas UMKM, termasuk kemampuan memanfaatkan teknologi digital untuk mendukung pengelolaan dan pengembangan usaha.

Perkembangan teknologi informasi dan komunikasi telah mendorong perubahan dalam berbagai aktivitas ekonomi, termasuk dalam pengelolaan UMKM. Pemanfaatan teknologi digital dapat

membantu pelaku usaha mencatat transaksi, mengelola persediaan, menyusun laporan usaha, serta memasarkan produk melalui media sosial. Dalam praktiknya, digitalisasi UMKM dapat dilakukan melalui penggunaan platform digital seperti situs web, media sosial, aplikasi mobile, dan e-commerce (Zahra Firdausya et al., 2023). Digital marketing melalui media sosial dan pembuatan konten promosi dapat menjadi alternatif bagi UMKM untuk memperkenalkan produk kepada calon konsumen. Dengan mendorong penggunaan platform digital dan e-commerce serta memberikan pelatihan mengenai strategi pemasaran yang efektif, pelaku UMKM dapat mengoptimalkan kegiatan administrasi dan pemasaran, memperluas jangkauan konsumen, serta meningkatkan daya saing di tengah perkembangan pasar digital (Laras Wati et al., 2024). Pemanfaatan teknologi tersebut sejalan dengan Sustainable Development Goals (SDGs) ke-8 yang mendorong pertumbuhan ekonomi yang inklusif dan berkelanjutan. Meskipun demikian, penerapan digitalisasi pada UMKM masih menghadapi berbagai kendala, terutama dalam pemanfaatan teknologi untuk keperluan administrasi dan pemasaran usaha. Keterbatasan penggunaan media sosial sebagai sarana pemasaran umumnya disebabkan oleh kurangnya pengetahuan dan keterampilan pelaku UMKM dalam menerapkan strategi pemasaran digital (Hasanuddin & Rizki, 2025). Kondisi ini menunjukkan perlunya pendampingan yang tidak hanya memperkenalkan teknologi, tetapi juga memberikan kesempatan kepada pelaku UMKM untuk mempraktikkan penggunaannya sesuai dengan kebutuhan usaha.

Permasalahan tersebut ditemukan pada Kelompok UMKM Maju Barokah di Desa Sugihan, Kecamatan Tenganan, Kabupaten Semarang. Kelompok ini memiliki 31 anggota yang menjalankan usaha di sektor kuliner, seperti makanan ringan, jasa katering, dan makanan khas daerah. Berdasarkan hasil observasi awal, pengelolaan administrasi usaha sebagian besar anggota masih dilakukan secara manual menggunakan buku catatan atau lembar Excel sederhana, terutama untuk pencatatan penjualan, pengelolaan stok barang, dan perhitungan keuntungan. Cara tersebut memiliki keterbatasan dalam penyimpanan dan pelacakan data serta menyulitkan pemantauan persediaan secara berkala. Selain itu, pemasaran produk masih banyak mengandalkan promosi dari mulut ke mulut dan sistem konsinyasi. Pemanfaatan media sosial sebagai sarana pemasaran digital juga belum optimal. Kondisi ini memperlihatkan adanya kesenjangan antara potensi pemanfaatan teknologi digital untuk mendukung kegiatan usaha dan praktik administrasi serta pemasaran yang masih cenderung konvensional.

Permasalahan tersebut pernah ditangani melalui kegiatan pengabdian sebelumnya. Antasari et al., (2025) melakukan kegiatan yang berfokus pada peningkatan keterampilan pencatatan keuangan menggunakan buku kas dan aplikasi pencatatan sederhana. Swissia & Halimah, (2023) serta Rahayu et al., (2023) juga melaksanakan kegiatan pemberdayaan UMKM melalui penguatan pembukuan dan pemanfaatan media digital untuk pemasaran. Paendong et al., (2023) memanfaatkan website sebagai media digitalisasi melalui penyediaan profil dan katalog produk, sedangkan pencatatan transaksi penjualan masih dilakukan secara manual. Berbagai kegiatan tersebut menunjukkan bahwa digitalisasi telah dimanfaatkan untuk mendukung administrasi maupun pemasaran UMKM. Berdasarkan kajian yang digunakan dalam kegiatan ini, masih terdapat peluang untuk menggabungkan penggunaan sistem administrasi usaha berbasis website dengan pelatihan digital marketing dalam satu rangkaian kegiatan pemberdayaan.

Kegiatan pengabdian kepada masyarakat ini dilaksanakan untuk membantu Kelompok UMKM Maju Barokah meningkatkan kemampuan dalam memanfaatkan teknologi digital. Ruang lingkup kegiatan dibatasi pada dua aspek, yaitu digitalisasi administrasi usaha melalui pengenalan dan praktik penggunaan website *Your Cashier* untuk mendukung pencatatan transaksi, pengelolaan stok, dan penyusunan laporan usaha, serta penguatan digital marketing melalui pemanfaatan media sosial dan Canva untuk membuat konten promosi.

Tujuan kegiatan pengabdian ini adalah meningkatkan pengetahuan dan keterampilan anggota Kelompok UMKM Maju Barokah dalam memanfaatkan teknologi digital untuk administrasi dan pemasaran usaha. Melalui pelatihan dan praktik langsung, peserta diharapkan dapat memahami penggunaan website untuk membantu pengelolaan administrasi serta memanfaatkan media sosial dan Canva sebagai sarana promosi produk. Pendampingan berbasis teknologi telah terbukti memberikan nilai tambah bagi pelaku UMK di wilayah pedesaan (Prasetya et al., 2023, sebagaimana dikutip dalam Prasetyo et al., 2025). Dengan demikian, kegiatan ini diharapkan dapat menjadi langkah awal bagi mitra dalam menerapkan pengelolaan administrasi usaha dan pemasaran digital sesuai dengan kebutuhan masing-masing.

2. METODE

Kegiatan pengabdian kepada masyarakat ini dilaksanakan pada Juli 2026 bersama Kelompok UMKM Maju Barokah di Desa Sugihan, Kecamatan Tenganan, Kabupaten Semarang. Metode yang digunakan dalam kegiatan pengabdian ini yaitu pelatihan digitalisasi administrasi dan digital marketing dengan pendekatan Participatory Action Research (PAR), yang meliputi tahap diagnosis, planning, action, observation & reflection, and evaluation. Pendekatan ini digunakan karena pelaksanaan kegiatan disesuaikan dengan permasalahan dan kebutuhan mitra.



Gambar 1. Metode Pengabdian

Tahapan kegiatan pengabdian sebagai berikut:

1. Pada tahap *diagnosis* dilakukan observasi dan wawancara untuk mengidentifikasi kondisi awal, kebutuhan, dan permasalahan yang dihadapi mitra. Pada tahap ini, tim pengabdian melakukan observasi dan diskusi dengan perwakilan kelompok UMKM Maju Barokah Desa Sugihan untuk mengetahui kondisi pencatatan transaksi, pengelolaan stok, penyusunan laporan usaha serta kegiatan pemasaran yang selama ini dilakukan.
2. Tahap *planning* dilakukan dengan menyusun rancangan kegiatan yang sesuai dengan kebutuhan mitra kemudian diimplementasikan selama pengabdian. Hasil identifikasi yang telah dilakukan menjadi dasar penyusunan rancangan kegiatan berupa pelatihan digitalisasi administrasi dengan website *Your Cashier* serta pelatihan digital marketing dengan memanfaatkan media sosial dan Canva untuk membuat konten promosi.
3. Tahap *action* merupakan pelaksanaan solusi yang telah direncanakan. Pada tahap ini, tim pengabdian menyampaikan materi kepada peserta pelatihan tentang digitalisasi administrasi berbasis website *Your Cashier* serta digital marketing dengan memanfaatkan media sosial dan Canva.
4. Tahap selanjutnya adalah *observation and reflection* berupa pendampingan kepada peserta selama kegiatan berlangsung. Setelah tim pengabdian menyampaikan materi, peserta pelatihan diminta untuk melakukan praktik secara langsung penggunaan website *Your Cashier* dan Canva yang didampingi oleh tim pengabdian. Kegiatan ini juga bertujuan untuk mendapatkan umpan balik terkait kesulitan maupun hambatan selama kegiatan berlangsung.
5. Tahap *evaluation* dilakukan untuk memperoleh gambaran mengenai pemahaman dan keterampilan peserta setelah mengikuti pelatihan. Kegiatan ini dilakukan dengan cara tim pengabdian memberikan *pre-test* dan *post-test* untuk mengevaluasi keberhasilan kegiatan pelatihan pada anggota kelompok UMKM Maju Barokah Desa Sugihan dalam memahami dan mempraktikkan digitalisasi administrasi berbasis website *Your Cashier* serta digital marketing dengan memanfaatkan media sosial dan Canva.

Dalam upaya mengetahui keberhasilan kegiatan pengabdian kepada masyarakat, perlu dilakukan evaluasi. Adapun teknik evaluasi yang dilakukan tim pengabdian melalui angket *pre-test* dan *post-test* untuk mengetahui perubahan pengetahuan dan keterampilan peserta. Angket *pre-test* diberikan pada awal kegiatan sebelum pelatihan dilaksanakan, sedangkan angket *post-test* diberikan setelah seluruh rangkaian pelatihan selesai dilaksanakan.

Angket yang diberikan kepada peserta menggunakan skala Guttman dengan dua pilihan jawaban, yaitu “Ya” dan “Tidak”. Jawaban “Ya” diberi skor 1, sedangkan jawaban “Tidak” diberi skor 0. Data kuesioner dianalisis secara deskriptif menggunakan persentase jawaban. Hasil analisis digunakan untuk menggambarkan pemahaman dan keterampilan peserta dalam memanfaatkan website

Your Cashier dan Canva setelah pelatihan. Selain itu, evaluasi juga dilakukan melalui pengamatan selama kegiatan serta tanggapan peserta terhadap materi dan praktik yang diberikan.

3. HASIL DAN PEMBAHASAN

Kegiatan pengabdian kepada masyarakat melalui pelatihan digitalisasi administrasi dengan website *Your Cashier* serta pelatihan digital marketing dengan memanfaatkan media sosial dan Canva kepada anggota Kelompok UMKM Maju Barokah dilaksanakan pada hari Minggu, 5 Juli 2026, bertempat di Balai Kemasyarakatan Desa Sugihan, Kecamatan Tenganan, Kabupaten Semarang. Kegiatan ini dihadiri oleh 31 anggota kelompok UMKM Maju Barokah. Adapun tahapan pelaksanaan pengabdian yang dilakukan yaitu:

1. Tahap *Diagnosis*

Tahap diagnosis dilakukan untuk mengetahui kondisi awal, kebutuhan, serta permasalahan yang dihadapi oleh Kelompok UMKM Maju Barokah. Pada tahap ini, tim pengabdian melakukan observasi terhadap aktivitas usaha dan pemasaran yang dilakukan oleh mitra. Observasi dilakukan dengan melihat proses administrasi usaha, cara pencatatan transaksi, pengelolaan stok, serta pola pemasaran produk yang selama ini dijalankan.

Selain observasi, tim juga berdiskusi dengan mitra untuk memperoleh informasi langsung mengenai kebutuhan yang dirasakan. Hasil diagnosis menunjukkan bahwa kegiatan administrasi usaha masih menggunakan metode manual sehingga membutuhkan dukungan digital, sedangkan kegiatan pemasaran masih banyak mengandalkan promosi dari mulut ke mulut dan konsinyasi. Mitra juga sudah mengenal media sosial dan istilah digital marketing, tetapi kemampuan dalam membuat konten promosi masih terbatas.

2. Tahap *Planning*

Setelah mengetahui kebutuhan mitra, tim pengabdian bersama mitra menyusun rencana kegiatan yang disesuaikan dengan kondisi dan kemampuan peserta. Kegiatan diarahkan dalam dua bentuk. Pertama, dilakukan pengenalan dan penerapan website *Your Cashier* sebagai media digitalisasi administrasi usaha. Sistem tersebut disiapkan untuk mendukung pencatatan transaksi, pengelolaan stok, serta penyusunan laporan keuangan usaha. Kedua, dilakukan pelatihan digital marketing menggunakan Canva untuk meningkatkan pemahaman mitra mengenai pemasaran melalui media sosial sebagai keterampilan praktis dalam membuat konten promosi produk. Perencanaan kegiatan tidak hanya menempatkan peserta sebagai penerima materi, tetapi juga sebagai pihak yang terlibat dalam praktik dan penerapan materi berdasarkan kebutuhan usaha masing-masing.

3. Tahap *Action*

Tahap ini merupakan pelaksanaan solusi yang telah direncanakan. Pelatihan ini memiliki beberapa kegiatan, yaitu:

- Pemberian *pre-test* untuk mengetahui pemahaman dan keterampilan awal peserta;
- Pemaparan materi pertama tentang digitalisasi administrasi;
- Bimbingan teknis implementasi website *Your Cashier* bagi peserta pelatihan. Peserta diminta untuk mencoba secara langsung menggunakan website *Your Cashier*;
- Penyampaian materi kedua mengenai digital marketing;
- Bimbingan teknis implementasi Canva bagi peserta pelatihan;
- Pemberian *post-test* kepada peserta pelatihan untuk mengukur pemahaman dan keterampilan akhir serta meminta *feedback* sebagai bahan evaluasi dari pelaksanaan kegiatan pelatihan;
- Tindak lanjut pelatihan berupa pendampingan lanjutan.



Gambar 2. Tim pengabdian melakukan pengenalan website *Your Cashier*



Gambar 3. Tim pengabdian menyampaikan materi Digital Marketing

4. Tahap *Observation and Reflection*

Pada tahap ini, tim pengabdian melakukan pendampingan sekaligus mengamati proses penerapan website *Your Cashier* sebagai bentuk digitalisasi administrasi serta strategi digital marketing menggunakan Canva oleh peserta. Refleksi dilakukan melalui diskusi bersama peserta pelatihan untuk mengidentifikasi kendala yang muncul selama implementasi dan menyusun perbaikan apabila masih ditemukan hambatan dalam penggunaan website *Your Cashier* maupun pelaksanaan digital marketing dengan Canva.

5. Tahap *Evaluation*

Tahap evaluasi dilaksanakan untuk mengidentifikasi kondisi peserta sebelum kegiatan serta mengetahui hasil yang diperoleh setelah pelatihan. Proses evaluasi dilakukan melalui pengisian angket *pre-test* dan *post-test*. Sebanyak 31 peserta mengisi angket *pre-test* (sebelum pelatihan) dan *post-test* (sesudah pelatihan). Angket *pre-test* (sebelum pelatihan) digunakan untuk memetakan pengetahuan dan keterampilan awal peserta terkait digitalisasi administrasi dan digital marketing. Sedangkan angket *post-test* (setelah pelatihan) digunakan untuk melihat pemahaman, keterampilan akhir dalam menerapkan website *Your Cashier* dan Canva pada kegiatan usaha.

Pembahasan

Sebelum dilaksanakan pelatihan digitalisasi administrasi dan digital marketing, tim pengabdian melakukan pemetaan awal melalui angket *pre-test*. Data awal tersebut digunakan untuk menggambarkan tingkat pengetahuan dan kemampuan peserta sebelum mengikuti pelatihan. Hasil *pre-test* digitalisasi administrasi dan digital marketing disajikan pada Tabel 1.

Tabel 1. Hasil *Pre-Test* Pelatihan Digitalisasi Administrasi dan Digital Marketing

No	Aspek yang di ukur	Persentase (%)	Kategori
1	Pengetahuan tentang digitalisasi administrasi dan cara menggunakan website <i>Your Cashier</i>	12,90%	Sangat Rendah
2	Dapat memahami dan mengelola pencatatan secara digital	19,35%	Sangat Rendah
3	Mengetahui manfaat pencatatan secara digital	45,16%	Sedang
4	Dapat menggunakan website <i>Your Cashier</i> dalam kegiatan administrasi usaha	16,13%	Sangat Rendah
5	Kesiapan dan kesediaan menerapkan website <i>Your Cashier</i> dalam kegiatan administrasi usaha	83,87%	Sangat Tinggi
6	Pengetahuan tentang digital marketing	80,65%	Sangat Tinggi
7	Pengetahuan mengenai manfaat promosi melalui media sosial	87,10%	Sangat Tinggi
8	Memahami strategi promosi melalui media sosial	38,71%	Rendah
9	Kemampuan membuat konten promosi sederhana menggunakan Canva	48,39%	Sedang
10	Kesiapan dan kesediaan memanfaatkan Canva sebagai media promosi	12,90%	Sangat Rendah

Berdasarkan hasil pada Tabel 1, pengetahuan peserta tentang digitalisasi administrasi masih sangat rendah, khususnya cara penggunaan website *Your Cashier* untuk pencatatan transaksi dan pengelolaan data usaha secara digital. Meskipun sebagian peserta mengetahui manfaat pencatatan secara digital serta menunjukkan kesediaan untuk memanfaatkan website *Your Cashier*, penerapannya masih perlu dibimbing. Hal ini menunjukkan bahwa kendala peserta berkaitan dengan kurangnya pengetahuan dalam mengoperasikan teknologi administrasi, khususnya website *Your Cashier* dan cara menggunakannya. Oleh karena itu, pelatihan digitalisasi administrasi diarahkan pada

pengenalan dan praktik penggunaan website *Your Cashier* agar peserta mampu menerapkan pencatatan transaksi dan pengelolaan data usaha secara digital sesuai kebutuhan usaha.

Selanjutnya, sebagian besar peserta telah mengetahui tentang digital marketing, manfaat promosi, dan strategi melalui media sosial. Namun, pengetahuan tersebut belum sepenuhnya diikuti oleh kemampuan praktis dalam penerapannya. Hal ini terlihat dari masih rendahnya kemampuan membuat konten promosi sederhana menggunakan Canva secara mandiri. Kondisi tersebut menunjukkan adanya kesenjangan antara pengetahuan dasar digital marketing dan keterampilan teknis dalam memanfaatkan media sosial sebagai sarana promosi. Oleh karena itu, pelatihan difokuskan pada praktik pembuatan konten promosi menggunakan Canva agar peserta dapat mengembangkan keterampilan digital marketing secara mandiri dan konsisten.

Setelah mengikuti serangkaian pelatihan, peserta diberikan *post-test* untuk mengetahui pemahaman dan kemampuan akhir setelah peserta mengikuti pelatihan.

Tabel 2. Hasil *Post-Test* Pelatihan Digitalisasi Administrasi dan Digital Marketing

No	Aspek yang di ukur	Persentase (%)	Kategori
1	Pengetahuan tentang digitalisasi administrasi dan cara menggunakan website <i>Your Cashier</i>	87,10%	Sangat Tinggi
2	Dapat memahami dan mengelola pencatatan secara digital	93,55%	Sangat Tinggi
3	Mengetahui manfaat pencatatan secara digital	93,55%	Sangat Tinggi
4	Dapat menggunakan website <i>Your Cashier</i> dalam kegiatan administrasi usaha	96,77%	Sangat Tinggi
5	Kesiapan dan kesediaan menerapkan website <i>Your Cashier</i> dalam kegiatan administrasi usaha	90,32%	Sangat Tinggi
6	Pengetahuan tentang digital marketing	100%	Sangat Tinggi
7	Pengetahuan mengenai manfaat promosi melalui media sosial	90,32%	Sangat Tinggi
8	Memahami strategi promosi melalui media sosial	96,77%	Sangat Tinggi
9	Kemampuan membuat konten promosi sederhana menggunakan Canva	96,77%	Sangat Tinggi
10	Kesiapan dan kesediaan memanfaatkan Canva sebagai media promosi	100%	Sangat Tinggi

Tabel 2 menunjukkan bahwa terdapat perubahan positif pada pemahaman dan keterampilan peserta. Peserta yang sebelumnya masih memiliki keterbatasan dalam pengetahuan dan keterampilan menggunakan website *Your Cashier* dan membuat konten promosi menggunakan Canva. Setelah pelatihan, hasil *post-test* menunjukkan bahwa pengetahuan, pemahaman, keterampilan, bahkan kesiapan dalam menggunakan teknologi digital menjadi lebih baik. Hasil ini menunjukkan bahwa pelatihan dengan materi dan praktik langsung dapat membantu peserta dalam memanfaatkan teknologi digital untuk mendukung kegiatan usaha. Hal ini sejalan dengan hasil penelitian oleh Zain et al., (2025) yang menyatakan bahwa pelatihan digital marketing berperan dalam menambah wawasan peserta dan mendorong penggunaan teknologi digital untuk menunjang kegiatan usahanya. Selain itu, Surlenty et al., (2024) juga menjelaskan bahwa pelatihan digital marketing dapat menambah wawasan pelaku UMKM sekaligus mendorong mereka untuk menerapkan teknologi digital dalam menjalankan usaha. Sehingga dapat ditarik kesimpulan bahwa pelatihan yang disertai pendampingan dapat membantu pelaku UMKM meningkatkan keterampilannya dalam memanfaatkan teknologi, baik untuk memasarkan produk maupun mengelola kegiatan operasional usaha, sehingga dapat berjalan lebih efektif.

Tabel 3. Perbandingan Hasil *Pre-Test* dan *Post-Test* Pelatihan Digitalisasi Administrasi dan Digital Marketing

No	Aspek yang di ukur	Persentase (%)	Persentase (%)	Kategori
1	Pengetahuan tentang digitalisasi administrasi dan cara penggunaan website <i>Your Cashier</i>	12,90%	87,10%	Meningkat
2	Dapat memahami dan mengelola pencatatan secara digital	19,35%	93,55%	Meningkat
3	Mengetahui manfaat pencatatan secara digital	45,16%	93,55%	Meningkat
4	Dapat menggunakan website <i>Your Cashier</i> dalam kegiatan administrasi usaha	16,13%	96,77%	Meningkat
5	Kesiapan dan kesediaan menerapkan website <i>Your Cashier</i>	83,87%	90,32%	Meningkat
6	Pengetahuan tentang digital marketing	80,65%	100%	Meningkat
7	Pengetahuan mengenai manfaat promosi melalui media sosial	87,10%	90,32%	Meningkat
8	Memahami strategi promosi melalui media sosial	38,71%	96,77%	Meningkat
9	Kemampuan membuat konten promosi sederhana menggunakan Canva	48,39%	96,77%	Meningkat
10	Kesiapan dan kesediaan memanfaatkan Canva sebagai media promosi	12,90%	100%	Meningkat

Tabel 3, menerangkan perbandingan hasil *pre-test* dan *post-test* pada kegiatan pelatihan digitalisasi administrasi menggunakan website *Your Cashier* dan digital marketing dengan menggunakan Canva. Terjadi peningkatan skor persentase masing-masing aspek yang diukur. Hal ini menunjukkan bahwa secara keseluruhan kegiatan pelatihan ini telah berhasil meningkatkan pengetahuan dan pemahaman tentang digitalisasi administrasi dan digital marketing. Peserta juga mengalami peningkatan keterampilan dalam memanfaatkan website *Your Cashier* dan Canva untuk mendukung pengelolaan usaha yang lebih baik. Hal ini sejalan dengan hasil penelitian oleh Zusrony et al., (2024) yang menunjukkan bahwa pelatihan pemasaran digital menggunakan Canva dapat meningkatkan pengetahuan dan keterampilan pelaku UMKM, dengan skor rata-rata meningkat dari 30% pada *pre-test* menjadi 70% pada *post-test*. Selain itu, Fatimahazzahroh1 et al., (2026) menyatakan bahwa pelatihan Canva yang disertai praktik dan pendampingan membantu peserta meningkatkan keterampilan dalam membuat konten promosi. Sehingga dapat ditarik kesimpulan bahwa pelatihan yang disertai praktik langsung dan pendampingan dapat membantu meningkatkan pengetahuan serta keterampilan pelaku UMKM dalam memanfaatkan teknologi digital. Hal ini sejalan dengan hasil kegiatan pada Kelompok UMKM Maju Barokah, yang menunjukkan peningkatan persentase jawaban peserta setelah mengikuti pelatihan digitalisasi administrasi dan digital marketing.

Hasil kegiatan menunjukkan bahwa permasalahan Kelompok UMKM Maju Barokah tidak semata-mata disebabkan oleh tidak tersedianya teknologi, tetapi juga karena keterbatasan pengetahuan dan pengalaman dalam memanfaatkan teknologi digital untuk kegiatan usaha yang lebih baik. Hal ini sejalan dengan hasil penelitian oleh Dayanti & Syalindri, (2025) yang mengatakan bahwa kondisi di lapangan menunjukkan bahwa pemanfaatan teknologi digital oleh UMKM masih belum optimal karena dipengaruhi oleh terbatasnya pengetahuan dan keterampilan yang dimiliki pelaku usaha maupun sumber daya manusia yang mendukung kegiatan usahanya. Hal tersebut menunjukkan bahwa digitalisasi UMKM tidak cukup hanya dengan menyediakan teknologi, tetapi juga perlu disertai pelatihan dan pendampingan agar pelaku usaha mampu memahami serta memanfaatkan teknologi sesuai dengan kebutuhan.

Temuan tersebut menjadi alasan penting mengapa kegiatan pelatihan tidak hanya dilakukan dalam bentuk penyampaian materi. Namun, perlu dilengkapi dengan praktik langsung yang dapat memberikan kesempatan kepada peserta untuk mencoba teknologi sesuai dengan kebutuhan usahanya. Hal ini sejalan dengan hasil penelitian oleh Sendi et al., (2022) yang menyatakan bahwa pelatihan dan pendampingan pemanfaatan platform digital dapat membantu pelaku UMKM memahami dan mempraktikkan penggunaan teknologi digital untuk mendukung kegiatan usaha. Kegiatan tersebut menunjukkan pentingnya keterlibatan langsung peserta dalam proses pelatihan sehingga peserta dapat memahami dan mempraktikkan penggunaan teknologi digital untuk mendukung kegiatan usaha.

Integrasi antara digitalisasi administrasi dan digital marketing menjadi bagian penting dari program ini. Digitalisasi administrasi membantu peserta mengelola data transaksi dan persediaan, sedangkan digital marketing membantu peserta menyiapkan alternatif pemasaran melalui media sosial. Kedua aspek tersebut saling melengkapi karena pengelolaan usaha tidak hanya membutuhkan pencatatan yang lebih teratur, tetapi juga kemampuan untuk memasarkan produk kepada konsumen. Hal ini sejalan dengan penelitian Widiawati et al., (2024) yang menunjukkan adanya peningkatan keterampilan mitra setelah mengikuti pelatihan dan pendampingan digital marketing serta pengelolaan manajerial. Hasil tersebut menunjukkan bahwa pengembangan kemampuan pemasaran digital perlu diimbangi dengan pengelolaan usaha yang baik. Hal ini juga relevan dengan kegiatan pada Kelompok UMKM Maju Barokah, yang menggabungkan digitalisasi administrasi melalui website *Your Cashier* dengan pelatihan digital marketing menggunakan Canva untuk mendukung pencatatan usaha dan promosi produk.

Hasil kegiatan juga menunjukkan bahwa pendampingan masih diperlukan setelah pelatihan. Hal tersebut terlihat dari perbedaan tingkat pemahaman antarindikator dalam penggunaan website *Your Cashier* dan Canva. Dengan pendampingan lebih lanjut, peserta dapat memperoleh kesempatan untuk menggunakan teknologi digital yang telah diperkenalkan secara berulang-ulang serta menyesuaikannya dengan kebutuhan usaha masing-masing. Pendekatan ini sesuai dengan prinsip pemberdayaan yang menempatkan peserta sebagai pihak yang terlibat dalam proses belajar dan penerapan solusi. Hal ini sejalan dengan penelitian Sendi et al., (2022) yang menyatakan bahwa

pelatihan dan pendampingan digitalisasi diperlukan agar pelaku UMKM dapat memahami serta mempraktikkan penggunaan platform digital dalam kegiatan usaha.

Dengan demikian, secara keseluruhan, pelatihan ini berdampak positif terhadap peningkatan kapasitas anggota Kelompok UMKM melalui pelatihan digitalisasi administrasi berbasis website *Your Cashier* dan digitalisasi marketing dengan Canva. Sehingga, kegiatan ini dapat dijadikan model di daerah lain dengan penyesuaian terhadap kebutuhan dan kondisi UMKM setempat

4. KESIMPULAN

Kegiatan pengabdian kepada masyarakat melalui pelatihan digitalisasi administrasi menggunakan website *Your Cashier* dan digital marketing menggunakan Canva yang telah dilaksanakan pada Kelompok UMKM Maju Barokah Desa Sugihan menunjukkan keberhasilan yang cukup signifikan. Sebelum pelatihan, pengetahuan dan pemahaman tentang digitalisasi administrasi dan digital marketing masih terbatas. Selain itu, penggunaan Canva masih belum optimal. Kegiatan pelatihan dan praktik langsung yang dilaksanakan telah menghasilkan peningkatan yang substansial baik dalam pengetahuan, pemahaman, maupun keterampilan praktis anggota kelompok UMKM Maju Barokah dalam memanfaatkan website *Your Cashier* dan Canva. Integrasi digitalisasi administrasi dan digital marketing diharapkan dapat membantu UMKM Maju Barokah mengelola usaha secara lebih efektif serta mengembangkan pemasaran produk melalui media digital. Keberhasilan ini didorong oleh metode pelatihan berbasis praktik langsung yang lebih efektif untuk meningkatkan kapasitas anggota UMKM Maju Barokah di Desa Sugihan. Secara umum, pelatihan ini berdampak positif terhadap peningkatan kapasitas anggota Kelompok UMKM melalui pelatihan digitalisasi administrasi berbasis website *Your Cashier* dan pelatihan digital marketing menggunakan Canva.

UCAPAN TERIMA KASIH

Ucapan terima kasih disampaikan kepada Lembaga Penelitian dan Pengabdian Kepada Masyarakat (LPPM) Universitas Negeri Semarang (UNNES) Nomor: DPA 139.03.2.693449/2026 yang telah memberi dukungan financial terhadap pengabdian ini. Terima kasih juga disampaikan kepada Pemerintah Desa Sugihan, Kelompok UMKM Maju Barokah Desa Sugihan, serta seluruh peserta yang telah mendukung dan berpartisipasi dalam pelaksanaan kegiatan pengabdian.

DAFTAR PUSTAKA

- Antasari, N. D., Iswahyudi, & Zulhamdani. (2025). Efektivitas Program Pengabdian Masyarakat dalam Meningkatkan Kompetensi Pengelolaan Bisnis UMKM di Jakarta Selatan. *Abdi Dharma*, 5(2), 241–252. <https://doi.org/10.31253/ad.v5i2.4014>
- Dayanti, P. R., & Syalindri, D. R. (2025). Eksplorasi Kendala dan Solusi Pengembangan Skill Karyawan dalam Digitalisasi UMKM Surabaya. *RIGGS: Journal of Artificial Intelligence and Digital Business*, 4(3), 4757–4761. <https://doi.org/10.31004/riggs.v4i3.2689>
- Faria, U., Febri, R., & Pradani, E. (2026). Keterbatasan Literasi Digital sebagai Akar Permasalahan UMKM: Sebuah Tinjauan Kritis. *Indonesian Journal of Innovation Multidisipliner Research*, 4, 4103.
- Fatimahazzahroh¹, N., Naufal², M. A., Hidayatullah³, F., & Lusianti, D. (2026). Pelatihan Digital Marketing untuk UMKM melalui Konten Promosi Menggunakan Canva di Desa Kajar. *SANDIMAS: Seminar Nasional Pengabdian Kepada Masyarakat*. <https://doi.org/https://doi.org/10.24176/sandimas.v2i2.1417>
- Hasanuddin, M., & Rizki, C. A. (2025). Pemberdayaan UMKM Melalui Pelatihan Digital Marketing dan Desain Konten Media Sosial. *Jurnal Pengabdian Masyarakat Berdampak*, 1(Vol. 1 No. 3 (2025): September 2025), 107–114. <https://doi.org/10.64803/jupemba.v1i3.60>
- Laras Wati, D., Septianingsih, V., Khoeruddin, W., & Quraish Al-Qorni, Z. (2024). Peranan UMKM (Usaha Mikro, Kecil dan Menengah) dalam Meningkatkan Perekonomian Indonesia. *Jurnal Ekonomi Bisnis, Manajemen Dan Akuntansi (JEBMAK)*, 3(1).
- Paendong, M. K., Kumaat, A. P., Raming, P. R., & Kolondam, A. (2023). *Penerapan Sistem Administrasi Digital dan Pemasaran Digital dengan Website Profiling Produk UMKM di Galeri Investasi Politeknik Negeri Manado* (Vol. 3, Number 2). www.gipolimdistore.com
- Prasetyo, E., Mayang Gitaurus, K., Setyo Cahyono, B., Koirotul Fiyana, atun, Nur Khasanah, S., Abdul Malik, M., Alfian Syafa, A., Iqbal Firdaus, I., Sofia, L., Widiawan, J., Ananta, L.,

- Nururrohmah, T., Ulil Albab, M., & Isa Tranjaya, A. (2025). Optimalisasi Teknologi Digital untuk Mendukung Daya Saing UMKM di Era Transformasi Digital. In *JPMD: Jurnal Pengabdian kepada Masyarakat Desa* (Vol. 6). <https://ejournal.iaifa.ac.id/index.php/jpmd>
- Rahayu, N. D., Kusuma, I. C., Amanah, N., Ramadhan, F., Gustaman, C., & Asmara, A. S. W. (2023). PERAN PENGABDIAN MASYARAKAT DALAM PEMBERDAYAAN USAHA MIKRO KECIL MENENGAH (UMKM) TJ_TOYS DESA BANJARWANGI MELALUI DIGITAL MARKETING BERBASIS KEARIFAN LOKAL. *JPM Jurnal Pengabdian Mandiri*, 2(11). <http://bajangjournal.com/index.php/JPM>
- Sendi, M., Carolin, I. G., Silvia, & Ramadani, R. (2022). *Pelatihan dan Pendampingan Digitalisasi dalam Pemanfaatan Platform Digital pada Pelaku Usaha UMKM di Desa Salo Palai*.
- Surienty, T., Politeknik, R., & Medan, G. (2024). Community Digitization Service: Improving Community Digital Skills Through Computer and Internet Training (At MSMEs in Tuktuk Siadong Village, Samosir Regency) Pengabdian Mendigitalkan Desa: Meningkatkan Keterampilan Digital Masyarakat Melalui Pelatihan Komputer dan Internet (Pada UMKM di Desa Tuktuk Siadong, Kabupaten Samosir). In *Jurnal Pengabdian Masyarakat (PENGAMAS)* (Vol. 1, Number 1). <https://journal.ppipbr.com/index.php/pengamas/index>
- Swissia, P., & Halimah, H. (2023). Pemberdayaan Masyarakat Desa Cilimus Kecamatan Teluk Pandan Melalui Pengembangan Umkm. *Jurnal Pengabdian Masyarakat Tapis Berseri (JPMTB)*, 2(1), 73–80. <https://doi.org/10.36448/jpmtb.v2i1.51>
- Widiawati, K., Alfian, A. N., Shalahuddin, S., Kamila, N., & Manurung, H. (2024). PENINGKATAN KAPASITAS DIGITAL MARKETING DAN MANAJERIAL MELALUI PELATIHAN DAN PENDAMPINGAN BERBASIS KEMITRAAN PADA MUTIARA CRAFT (ECOPRINT). *JMM (Jurnal Masyarakat Mandiri)*, 8(1), 1304. <https://doi.org/10.31764/jmm.v8i1.20728>
- Zahra Firdausya, L., Perwira Ompusunggu, D., & kunci, K. (2023). USAHA MIKRO KECIL DAN MENENGAH (UMKM) DI ERA DIGITAL ABAD 21 MICRO, SMALL AND MEDIUM ENTERPRISES (MSME) THE DIGITAL AGE OF THE 21 ST CENTURY. *TALIJAGAD*, 2023(3), 14–18. <https://journal.unusida.ac.id/index.php/tali-jagad/index>
- Zain, R. H., Afira, R., Awal, H., Yani, Z., Komputer, S., Komputer, I., Putra Indonesia, U., Niaga, A., Bisnis, A., & Padang, P. N. (2025). PELATIHAN PEMANFAATAN TEKNOLOGI DIGITAL UNTUK MENINGKATKAN KEAMANAN DAN PERTUMBUHAN UMKM DI ERA TRANSFORMASI DIGITAL. In *Communnity Development Journal* (Vol. 6, Number 1).
- Zusrony, E., Santoso, A. B., Widyaningsih, D., Dianta, I. A., Purhita, E. J., Sumarlin, T., Aqham, A. A., Andriana, M., Fitrianto, Y., & Kusumaningtyas, D. D. (2024). Pelatihan Pemasaran Digital dalam Upaya Peningkatan Kemandirian Ekonomi Usaha Mikro Kecil dan Menengah. *ADMA : Jurnal Pengabdian Dan Pemberdayaan Masyarakat*, 5(1), 1–8. <https://doi.org/10.30812/adma.v5i1.4023>