

Implementasi E-Commerce Dan Content Pada Umkm Kopi Pilah Di Desa Pematang

Intan Meitasari ^(1,a), Mashuril Anwar ^(1, b), Besti Lilyana ^(1,c)

⁽¹⁾Hukum Bisnis, Institut Informatika dan Bisnis Darmajaya, Bandar Lampung, 35142, Indonesia

Email :^(a)intanmeitasari@darmajaya.ac.id, ^(b)mashuril@darmajaya.ac.id,

^(c)bestililyana@darmajaya.ac.id

ABSTRAK

Desa Pematang, Kecamatan Kalianda, Kabupaten Lampung Selatan memiliki potensi ekonomi lokal yang cukup besar, terutama pada sektor pertanian dan perkebunan. Salah satu potensi unggulannya adalah usaha mikro kecil dan menengah (UMKM) di bidang kopi yang dikelola masyarakat setempat. UMKM Kopi Pilah Green Bean, milik Bapak Rido, merupakan salah satu pelaku usaha yang berfokus pada pengolahan biji kopi hijau hasil panen lokal. Meskipun memiliki kualitas produk yang baik, pelaku UMKM menghadapi kendala dalam hal pemasaran digital, pembuatan konten promosi, serta pemanfaatan platform e-commerce untuk memperluas jangkauan pasar. Kegiatan pengabdian ini dilakukan melalui pendekatan pendampingan dan implementasi strategi digitalisasi usaha, meliputi pembuatan konten promosi yang menarik, optimalisasi media sosial, serta integrasi produk ke platform e-commerce. Selain itu, dilakukan pula pelatihan penggunaan aplikasi desain dan pengelolaan kata, serta pendampingan pembuatan profil bisnis digital yang terhubung dengan Google Maps dan marketplace. Hasil kegiatan menunjukkan adanya peningkatan interaksi dengan konsumen, perluasan jangkauan pemasaran, serta peningkatan penjualan produk. UMKM juga mulai memahami dasar penggunaan media digital dan sistem transaksi non-tunai berbasis QRIS. Dampak positif lainnya terlihat pada peningkatan literasi digital masyarakat dan penguatan citra Desa Pematang sebagai desa mandiri dan inovatif. Dengan demikian, kegiatan ini memberikan kontribusi nyata dalam memperkuat daya saing UMKM melalui transformasi digital yang berkelanjutan.

Kata kunci:

Digitalisasi UMKM, E-Commerce, Pemasaran Digital

ABSTRACT

Pematang Village, located in Kalianda District, South Lampung Regency, possesses significant local economic potential, particularly in the agricultural and plantation sectors. One of its leading potentials lies in small and medium enterprises (SMEs) engaged in coffee production, managed by the local community. Kopi Pilah Green Bean, owned by Mr. Rido, is one such SME focusing on processing green coffee beans sourced from local harvests. Despite offering quality products, the enterprise faces challenges in digital marketing, promotional content creation, and the utilization of e-commerce platforms to expand its market reach. This community service activity was carried out through a mentoring approach and the implementation of business digitalization strategies, including the creation of attractive promotional content, optimization of social media, and integration of products into relevant e-commerce platforms. Additionally, training was conducted on the use of design and word-processing applications, as well as assistance in developing a digital business profile connected to Google Maps and online marketplaces. The results of the activity showed an increase in customer engagement, market reach, and product sales. The SME also began to understand the basics of using digital media and implementing non-cash transactions through the QRIS system. Other positive impacts included improved community digital literacy and the strengthening of Pematang Village's image as an independent and innovative village. Thus, this activity contributes significantly to enhancing the competitiveness of local SMEs through sustainable digital transformation.

This work is licensed under a [Creative Commons Attribution-NonCommercial 4.0 International License](https://creativecommons.org/licenses/by-nc/4.0/).



Keywords: *SME digitalization, e-commerce, digital marketing*

Submit: 24.10.2025	Revised: 28.10.2025	Accepted: 14.11.2025	Available online: 20.11.2025
-----------------------	------------------------	-------------------------	---------------------------------

PENDAHULUAN

Desa Pematang merupakan salah satu desa di Kecamatan Kalianda, Kabupaten Lampung Selatan, dengan luas wilayah sekitar ± 612 hektare. Wilayah ini terbagi ke dalam enam dusun dan dua belas Rukun Tetangga (RT), dengan jumlah penduduk pada tahun 2023 mencapai 2.184 jiwa, terdiri atas 1.113 laki-laki dan 1.071 perempuan dengan total 650 Kepala Keluarga (KK). Desa Pematang dikategorikan sebagai desa mandiri karena memiliki infrastruktur yang relatif baik, akses jalan yang memadai, serta peningkatan signifikan pada fasilitas sosial seperti pendidikan dan kesehatan. Kondisi geografis dan sosial tersebut menjadikan desa ini memiliki potensi besar untuk berkembang menjadi desa produktif dan berdaya saing.

Sebagian besar masyarakat Desa Pematang menggantungkan hidupnya pada sektor pertanian dan perkebunan, dengan komoditas unggulan berupa kopi, cengkeh, dan cokelat. Lahan perkebunan kopi mencapai ± 10 hektare, cengkeh ± 94 hektare, dan cokelat ± 72 hektare. Keberadaan lahan tersebut memberikan peluang ekonomi yang besar, terutama dalam pengembangan industri berbasis hasil pertanian. Selain sektor perkebunan, desa ini juga memiliki potensi wisata alam yaitu Way Belerang, sebuah sumber air panas yang dikelola masyarakat secara swadaya dan menjadi salah satu daya tarik wisata di wilayah Kalianda.

Pemerintah Desa Pematang memiliki visi “Menjadikan Desa Pematang Menjadi Desa yang Mandiri”, dengan misi yang berfokus pada peningkatan potensi sumber daya desa di bidang pertanian dan perkebunan, pembinaan serta pemberdayaan masyarakat secara berkelanjutan, dan pengembangan generasi muda yang beriman dan berakhlak melalui wadah kepemudaan seperti karang taruna dan organisasi remaja masjid. Dengan visi dan misi tersebut, Desa Pematang berupaya mendorong masyarakat untuk berinovasi dan mengoptimalkan potensi ekonomi lokal agar dapat meningkatkan kesejahteraan bersama.

Salah satu sektor yang menunjukkan perkembangan positif adalah sektor Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah (UMKM). UMKM memiliki peran penting dalam menggerakkan roda perekonomian desa, membuka lapangan kerja, serta meningkatkan kesejahteraan masyarakat. Menurut Tambunan (2019), UMKM merupakan sektor yang mampu menyerap tenaga kerja terbesar serta menjadi tulang punggung perekonomian nasional. Namun, dalam menghadapi era digital, UMKM dihadapkan pada tantangan adaptasi terhadap teknologi informasi yang berkembang pesat. Di Desa Pematang, salah satu pelaku UMKM yang cukup menonjol adalah UMKM Kopi Pilah Green Bean, milik Bapak Rido Imanullah. Usaha ini bergerak dalam bidang pengolahan dan penjualan kopi hijau serta kopi bubuk dari hasil panen petani lokal. Produk Kopi Pilah telah dikenal memiliki kualitas baik, namun masih menghadapi berbagai kendala dalam hal pemasaran digital, manajemen konten promosi, dan pemanfaatan platform e-commerce. Menurut Kotler dan Keller (2016), strategi digital marketing menjadi kunci dalam memperluas jangkauan pasar serta meningkatkan daya saing produk.

Tantangan utama yang dihadapi UMKM Kopi Pilah Green Bean adalah keterbatasan dalam penguasaan teknologi informasi dan strategi pemasaran berbasis digital. Padahal, di era revolusi industri 4.0, pemanfaatan media sosial, marketplace, dan teknologi finansial menjadi kunci untuk memperluas jangkauan pasar dan meningkatkan daya saing produk lokal. Penerapan digitalisasi usaha tidak hanya membantu pelaku UMKM dalam menjual produknya secara lebih luas, tetapi juga meningkatkan citra dan kepercayaan konsumen terhadap merek lokal. Oleh karena itu, diperlukan upaya pendampingan dan pelatihan agar pelaku usaha mampu beradaptasi dengan perkembangan teknologi digital secara efektif. Kondisi ini juga terjadi pada UMKM yang bergerak di bidang industri kopi. Menurut Setiawan (2020), industri kopi Indonesia memiliki potensi besar untuk berkembang melalui strategi pemasaran digital yang efektif. Salah satu strategi yang dapat digunakan adalah pemanfaatan e-commerce sebagai media promosi dan transaksi. Menurut Chaffey dan Ellis-Chadwick (2019), e-commerce memungkinkan pelaku usaha menjangkau konsumen secara lebih luas, efisien, dan terukur. Selain itu, penerapan konten digital menjadi salah satu faktor penting dalam membangun citra dan loyalitas konsumen. Menurut Kotler dan Armstrong (2020), konten digital yang menarik mampu meningkatkan

keterlibatan pelanggan dan memperkuat brand awareness. Dengan demikian, penggunaan teknologi informasi dan media digital menjadi kebutuhan mendasar bagi UMKM, termasuk bagi pelaku usaha kopi di daerah.

Kegiatan pengabdian masyarakat ini berfokus pada implementasi digitalisasi usaha bagi UMKM Kopi Pilah Green Bean melalui serangkaian kegiatan strategis. Pendampingan dilakukan dalam bentuk pelatihan pembuatan konten promosi yang menarik dan informatif, optimalisasi media sosial seperti Instagram dan TikTok sebagai media pemasaran, serta integrasi produk ke dalam platform e-commerce seperti Shopee. Selain itu, dilakukan juga pelatihan penggunaan aplikasi desain grafis (Canva), pembuatan profil bisnis digital melalui Google Business Profile, serta penerapan sistem transaksi non-tunai berbasis QRIS untuk mendukung efisiensi dan transparansi keuangan usaha.

Kegiatan ini tidak hanya bertujuan untuk membantu peningkatan penjualan dan jangkauan pasar, tetapi juga untuk menumbuhkan kesadaran masyarakat tentang pentingnya transformasi digital dalam pengembangan usaha. Melalui pendampingan yang berkesinambungan, diharapkan pelaku UMKM mampu memanfaatkan teknologi digital secara mandiri dalam mengelola bisnisnya. Dampak lain yang diharapkan adalah meningkatnya literasi digital masyarakat Desa Pematang secara umum, terbentuknya jejaring kolaboratif antara perguruan tinggi, pemerintah desa, dan pelaku usaha, serta terwujudnya desa yang adaptif terhadap perkembangan teknologi. Dengan demikian, kegiatan ini menjadi bagian nyata dari upaya pemberdayaan masyarakat berbasis ilmu pengetahuan dan teknologi untuk memperkuat daya saing ekonomi lokal di era digital.

METODE PELAKSANAAN

Kegiatan pendampingan ini dilaksanakan dengan menggunakan pendekatan partisipatif, di mana pelaku UMKM terlibat secara aktif dalam setiap tahap kegiatan. Pendekatan ini bertujuan agar pelaku usaha tidak hanya menerima hasil kegiatan, tetapi juga memperoleh pengetahuan dan keterampilan baru yang dapat diterapkan secara mandiri. Fokus utama kegiatan ini adalah membantu UMKM Kopi Pilah Green Bean dalam proses digitalisasi usaha melalui penerapan strategi pemasaran digital, pengelolaan konten promosi, serta pemanfaatan platform e-commerce Shopee dan media sosial untuk memperluas jangkauan pasar.

Tahapan pelaksanaan kegiatan meliputi empat langkah utama sebagai berikut:

1. Observasi dan Identifikasi Masalah

Tahap pertama diawali dengan kegiatan observasi langsung ke lokasi usaha Kopi Pilah Green Bean di Desa Pematang. Observasi ini bertujuan untuk mengumpulkan data terkait kondisi aktual usaha, meliputi proses produksi, teknik pengemasan, strategi pemasaran, serta pemanfaatan teknologi digital yang telah diterapkan sebelumnya. Selain observasi, dilakukan pula wawancara dengan pemilik usaha untuk mengetahui hambatan dan kebutuhan utama, seperti kurangnya pemahaman dalam pengelolaan media sosial dan keterbatasan akses terhadap platform e-commerce.

Hasil identifikasi digunakan sebagai dasar untuk menentukan fokus pendampingan yang paling relevan dengan kondisi dan kapasitas pelaku UMKM.

2. Perencanaan Program

Berdasarkan hasil observasi, dilakukan penyusunan rencana kegiatan yang berorientasi pada penguatan kemampuan digital pelaku usaha. Program dirancang untuk menjawab kebutuhan mitra, khususnya dalam hal pemasaran berbasis digital. Tahapan perencanaan meliputi:

Menentukan strategi digitalisasi yang sesuai dengan karakteristik produk kopi lokal.

Menyusun agenda pelatihan dan pendampingan teknis dalam pembuatan konten promosi.

Menetapkan platform digital yang akan digunakan, yaitu Shopee untuk penjualan daring dan Instagram sebagai media promosi utama.

Perencanaan dilakukan secara kolaboratif antara tim pelaksana dan pelaku UMKM agar program yang diimplementasikan dapat memberikan hasil yang tepat sasaran dan berkelanjutan.

3. Pelaksanaan Kegiatan

Tahap ini merupakan inti dari kegiatan pengabdian, yang melibatkan implementasi langsung program digitalisasi usaha. Beberapa kegiatan utama yang dilakukan meliputi:

Pelatihan pembuatan konten promosi digital, seperti foto produk, poster, dan deskripsi penjualan yang menarik.

Pembuatan dan pengelolaan toko daring di platform Shopee, termasuk proses pendaftaran akun, pengunggahan produk, pengaturan harga, deskripsi, serta penerapan fitur promosi.

Optimalisasi media sosial dengan pembuatan konten visual di Instagram untuk memperkuat identitas merek (branding) dan meningkatkan interaksi dengan konsumen.

Kegiatan dilaksanakan secara langsung di lokasi usaha, dengan pendampingan teknis agar pelaku UMKM dapat memahami dan mengelola seluruh akun digital secara mandiri.

4. Evaluasi dan Pendampingan Lanjutan

Tahap terakhir dilakukan untuk menilai efektivitas kegiatan dan dampaknya terhadap pengembangan usaha. Evaluasi dilakukan dengan cara memantau aktivitas digital UMKM, seperti konsistensi unggahan konten, interaksi pelanggan, dan peningkatan penjualan di platform Shopee. Selain itu, dilakukan pula pendampingan lanjutan untuk memastikan pelaku usaha dapat melakukan pembaruan data, mengelola konten secara rutin, serta menyesuaikan strategi pemasaran sesuai tren digital.

Tahapan ini juga menghasilkan rekomendasi pengembangan berkelanjutan, seperti pelatihan tambahan mengenai strategi promosi digital lanjutan dan pengelolaan keuangan berbasis aplikasi agar pelaku UMKM semakin mandiri dalam menjalankan bisnisnya secara digital.

Melalui keempat tahapan tersebut, kegiatan pendampingan ini tidak hanya menghasilkan peningkatan keterampilan teknis dalam penggunaan media digital, tetapi juga memperkuat kapasitas adaptasi pelaku UMKM terhadap perkembangan teknologi. Hasil yang dicapai diharapkan mampu mendorong keberlanjutan usaha, memperluas jangkauan pasar, serta meningkatkan daya saing produk lokal di era digital.

HASIL DAN PEMBAHASAN

Kegiatan pendampingan pemanfaatan Google Maps bagi UMKM Snack dan Cemilan Nda Gemoy di Desa Rawi, Kecamatan Penengahan, Kabupaten Lampung Selatan, dilaksanakan dengan melibatkan pemilik usaha, aparatur desa, dan tim pengabdian. Program ini berlangsung selama sekitar satu bulan dan menitikberatkan pada pendampingan digitalisasi usaha melalui pembuatan titik lokasi resmi di Google Maps.

1. Implementasi Kegiatan

Kegiatan pendampingan digitalisasi bagi UMKM Kopi Pilah Green Bean di Desa Pematang, Kecamatan Kalianda, Kabupaten Lampung Selatan, dilaksanakan dengan melibatkan pemilik usaha, aparat desa, dan tim pelaksana pengabdian. Program ini berlangsung selama kurang lebih satu bulan dan berfokus pada penerapan strategi pemasaran digital melalui pembuatan akun Shopee, pelatihan pengelolaan media sosial, dan pembuatan konten promosi berbasis visual.

Pelaksanaan kegiatan diawali dengan observasi lapangan untuk memahami kondisi usaha, alur produksi, dan tantangan pemasaran yang dihadapi. Berdasarkan hasil observasi, diketahui bahwa UMKM Kopi Pilah belum memanfaatkan platform digital secara optimal. Pemasaran masih dilakukan secara konvensional melalui rekomendasi pelanggan dan penjualan langsung di lingkungan sekitar. Produk kopi memiliki potensi yang baik, namun belum dikenal luas karena keterbatasan akses promosi digital dan belum adanya toko daring resmi.

Tahap berikutnya adalah pendampingan teknis dan pelatihan digital marketing. Pemilik UMKM diperkenalkan dengan manfaat digitalisasi usaha, terutama melalui Shopee dan media sosial seperti Instagram dan TikTok. Pendampingan dilakukan secara langsung di lokasi usaha agar pelaku UMKM dapat mempraktikkan setiap langkah secara nyata. Kegiatan mencakup:

1. Pembuatan akun Shopee Seller dan pengisian profil usaha.
2. Pengunggahan foto produk dan penulisan deskripsi yang menarik.
3. Pengenalan fitur promosi seperti voucher diskon dan free ongkir.
4. Pelatihan pembuatan konten visual menggunakan aplikasi Canva, termasuk desain banner, poster, dan unggahan promosi.

Optimalisasi akun media sosial untuk memperluas jangkauan audiens dan memperkuat citra merek.

Setelah seluruh akun digital aktif, tim pendamping melakukan simulasi transaksi daring dan promosi untuk memastikan pemilik usaha mampu mengoperasikan sistem secara mandiri. Hasil implementasi menunjukkan bahwa toko daring “Kopi Pilah” telah berhasil aktif di Shopee, dan produk mulai dikenal oleh pembeli di luar wilayah Kalianda. Selain itu, akun media sosial yang dibuat juga mulai menunjukkan peningkatan interaksi dari calon pelanggan baru. Kegiatan ini tidak hanya menghasilkan toko online dan konten promosi yang aktif, tetapi juga menumbuhkan kesadaran baru bagi pelaku UMKM akan pentingnya branding dan konsistensi digital sebagai kunci pertumbuhan usaha di era modern.

2. Dampak Kegiatan

Pelaksanaan program pendampingan digitalisasi usaha memberikan berbagai perubahan positif, baik bagi pelaku UMKM Kopi Pilah Green Bean, masyarakat Desa Pematang, maupun pemerintah desa setempat. Dampak yang dirasakan tidak hanya terlihat pada peningkatan kapasitas usaha, tetapi juga pada munculnya kesadaran baru tentang pentingnya pemanfaatan teknologi dalam pengembangan ekonomi lokal.

Bagi pelaku UMKM, pendampingan ini membawa perubahan nyata terhadap sistem pengelolaan dan strategi pemasaran produk. Sebelumnya, aktivitas promosi masih dilakukan secara tradisional melalui penjualan langsung dan informasi dari mulut ke mulut. Setelah memperoleh pelatihan dan pendampingan, pemilik usaha mampu mengelola toko daring di Shopee secara mandiri, mengunggah produk dengan foto dan deskripsi yang lebih menarik, serta memahami cara menjalankan promosi digital. Proses pemasaran menjadi lebih efisien karena jangkauan pembeli meluas hingga ke luar wilayah Kalianda. Selain itu, penerapan sistem transaksi non-tunai menggunakan QRIS menjadikan proses pembayaran lebih cepat, aman, dan profesional.

Dari sisi penjualan, terjadi peningkatan permintaan produk setelah toko daring resmi aktif. Hal ini menunjukkan bahwa promosi digital mampu memperluas peluang pasar sekaligus meningkatkan nilai ekonomi usaha. Pemilik UMKM juga mulai menunjukkan kemampuan dalam menyesuaikan strategi konten dan memanfaatkan media sosial untuk mempertahankan minat konsumen.

Bagi masyarakat Desa Pematang, kegiatan ini memberikan dampak pembelajaran yang cukup besar. Masyarakat menjadi lebih terbuka terhadap penggunaan teknologi digital, terutama dalam bidang pemasaran dan promosi produk lokal. Beberapa warga yang juga memiliki usaha kecil mulai tertarik untuk mengikuti langkah serupa, sehingga kegiatan ini mendorong terbentuknya ekosistem wirausaha digital di lingkungan desa. Selain manfaat ekonomi, kegiatan ini juga menumbuhkan rasa percaya diri masyarakat untuk terus berinovasi dan beradaptasi dengan perkembangan zaman.

Sementara itu, bagi pemerintah desa, hasil kegiatan ini memperlihatkan potensi besar pengembangan ekonomi digital berbasis komunitas. Kehadiran UMKM Kopi Pilah sebagai pelaku usaha yang telah menerapkan teknologi digital menjadi contoh konkret bagi pelaku usaha lain di desa. Pemerintah desa dapat menjadikan model ini sebagai inspirasi untuk mengembangkan program serupa, guna mendukung visi Desa Pematang sebagai desa yang mandiri, kreatif, dan berdaya saing di era digital.

Secara keseluruhan, kegiatan ini tidak hanya berdampak pada peningkatan kemampuan individu pelaku usaha, tetapi juga memperkuat kolaborasi antara masyarakat, akademisi, dan pemerintah desa. Digitalisasi usaha melalui e-commerce dan media sosial menjadi langkah awal yang strategis untuk mewujudkan kemandirian ekonomi berbasis teknologi di Desa Pematang.

Analisis Hasil

Pelaksanaan pendampingan digitalisasi pada UMKM Kopi Pilah Green Bean menunjukkan bahwa penerapan teknologi sederhana melalui platform e-commerce dan media sosial mampu memberikan pengaruh signifikan terhadap peningkatan kapasitas dan daya saing usaha lokal. Digitalisasi tidak hanya memperluas jangkauan pasar, tetapi juga menghadirkan citra baru bagi produk lokal yang sebelumnya terbatas pada pemasaran konvensional. Keberadaan toko daring di Shopee dan profil bisnis di Google Maps menjadikan Kopi Pilah lebih mudah diakses konsumen serta meningkatkan kepercayaan publik terhadap profesionalitas usaha.

Pendampingan ini juga memperlihatkan bahwa proses adopsi teknologi digital dapat dilakukan secara bertahap dan terukur. Dengan bimbingan yang tepat, pelaku UMKM mampu mempelajari fungsi dasar pemasaran digital, seperti pembuatan konten visual, pengaturan katalog produk, serta

pemanfaatan fitur promosi pada media sosial. Peningkatan keterampilan ini menjadi bekal penting bagi pengembangan usaha secara mandiri di masa mendatang.

Kendati hasil yang dicapai tergolong positif, beberapa kendala masih dijumpai selama kegiatan berlangsung. Akses internet yang belum merata di wilayah pedesaan menyebabkan keterlambatan dalam proses pengunggahan konten dan komunikasi pelanggan secara daring. Selain itu, perbedaan tingkat literasi digital antara pelaku usaha juga menjadi tantangan tersendiri dalam menjaga konsistensi pengelolaan toko daring. Hal ini menunjukkan bahwa keberlanjutan program serupa perlu disertai dengan pendampingan jangka panjang dan pelatihan lanjutan berbasis kebutuhan lokal.

Secara keseluruhan, hasil kegiatan membuktikan bahwa transformasi digital tidak harus dimulai dari investasi besar, melainkan dari langkah-langkah sederhana yang terarah dan relevan dengan kondisi UMKM setempat. Pendekatan seperti ini dapat mempercepat proses adaptasi masyarakat desa terhadap ekonomi digital serta menumbuhkan ekosistem kewirausahaan berbasis teknologi di daerah. Penerapan model pendampingan serupa pada UMKM lain di Lampung Selatan diharapkan mampu memperluas manfaat program dan memperkuat pertumbuhan ekonomi desa yang inklusif dan berkelanjutan.



Gambar 1 Kunjungan dan Pendampingan Langsung ke UMKM



Gambar 2 Kunjungan ke Balai Desa Pematang

KESIMPULAN

Kegiatan pengabdian masyarakat yang dilaksanakan di Desa Pematang, Kecamatan Kalianda, Kabupaten Lampung Selatan pada tanggal 21 Juli hingga 20 September 2025 berjalan dengan baik dan mencapai hasil yang diharapkan. Melalui pendekatan observasi, analisis, serta pendampingan langsung, kegiatan ini berhasil memberikan kontribusi nyata bagi peningkatan kapasitas pelaku UMKM Kopi Pilah Green Bean dalam memanfaatkan teknologi digital. Implementasi e-commerce, optimalisasi media sosial, dan pemanfaatan profil bisnis digital terbukti efektif dalam memperluas jangkauan pemasaran, meningkatkan daya saing produk, serta memperkuat citra profesional usaha lokal.

Selain memberikan manfaat bagi mitra UMKM, kegiatan ini juga berdampak positif terhadap masyarakat dan pemerintah desa. Masyarakat menjadi lebih terbuka terhadap pemanfaatan teknologi digital dalam aktivitas ekonomi, sementara pemerintah desa memperoleh contoh nyata penerapan inovasi digital yang dapat direplikasi pada sektor lain. Bagi mahasiswa, kegiatan ini menjadi sarana pembelajaran aplikatif untuk mengimplementasikan ilmu yang diperoleh selama perkuliahan, sekaligus memperkuat semangat pengabdian kepada masyarakat.

Dengan demikian, kegiatan pengabdian ini tidak hanya meningkatkan keterampilan digital pelaku usaha, tetapi juga mendorong terbentuknya ekosistem ekonomi desa yang adaptif terhadap perkembangan teknologi. Diharapkan kegiatan serupa dapat terus dikembangkan secara berkelanjutan agar manfaat digitalisasi dapat dirasakan lebih luas oleh masyarakat pedesaan.

Ucapan Terimakasih

Tim pengabdian mengucapkan terima kasih kepada Kepala Desa Pematang, beserta seluruh perangkat desa atas dukungan, bimbingan, dan kerja sama yang telah diberikan selama pelaksanaan kegiatan pengabdian masyarakat di Desa Pematang, Kecamatan Kalianda, Kabupaten Lampung Selatan. Ucapan terima kasih juga disampaikan kepada Bapak Rido Imanullah, selaku pemilik UMKM Kopi Pilah Green Bean, yang telah berpartisipasi aktif dan terbuka terhadap setiap proses pendampingan digitalisasi usaha. Apresiasi yang setinggi-tingginya diberikan kepada masyarakat Desa Pematang atas partisipasi, keramahan, dan antusiasme dalam mendukung seluruh kegiatan, serta kepada semua pihak yang telah membantu secara langsung maupun tidak langsung, sehingga kegiatan ini dapat terlaksana dengan baik dan memberikan manfaat nyata bagi pengembangan UMKM serta pemberdayaan masyarakat di Desa Pematang.

REFERENSI

Agustin, A., Putra, G. P. E., Pramesti, D. T., & Madiistriyatno, H. (2023). Strategi UMKM Dalam Menghadapi Digitalisasi. *Oikos-Nomos: JURNAL KAJIAN EKONOMI DAN BISNIS*, 16, 33.

- Khaidarmansyah, K., & Halimah, H. (2022). Edukasi Penerapan Digital Branding Untuk Peningkatan Ekonomi Umkm Makaroni Di Tanjung Senang, Bandar Lampung. *J-ABDI: Jurnal Pengabdian Kepada Masyarakat*, 1(10), 2859–2866. <https://doi.org/10.53625/jabdi.v1i10.1651>
- Noor, I. H. (2010). Penelitian dan Pengabdian Masyarakat pada Perguruan Tinggi. *Jurnal Pendidikan Dan Kebudayaan*, 16(3), 285–297. <https://doi.org/10.24832/jpnk.v16i3.462>
- Swissia, P., & Halimah, H. (2023). Pengaruh Aplikasi Stroberi Kasir Terhadap Efisiensi Keuangan Pada Umkm Kripik Pisang Lumer Chio Snack Di Desa Trimulyo. *Jurnal Pengabdian Masyarakat Tapis Berseri (JPMTB)*, 2(2), 122-127.
- Saputra, M., Pratisti, C., Badri, R. E., Fadila, K., & Triloka, J. (2023). Pelatihan Pemanfaatan Platform Social Media Menuju Umkm Digital. *Jurnal Abdi Insani*, 10(3), 1853–1861. <https://doi.org/10.29303/abdiinsani.v10i3.1089>
- Swissia, P., & Halimah, H. (2023). Optimalisasi digital marketing dalam meningkatkan branding pada UMKM tempe mbah mul di Desa Purwotani. *J-ABDI: Jurnal Pengabdian kepada Masyarakat*, 2(8), 5949-5956.
- BKKBN Desa Pematang. (2025). Badan Kependudukan dan Keluarga Berencana Nasional. Kampung KB. <https://kampungkb.bkkbn.go.id/kampung/80332/pematang>
- Sasmito, Y. W. D., & Prestianto, B. (2021). Analisis Tingkat Literasi Digital Dan Penerapan E-Commerce Pada Usaha Mikro Kecil Dan Menengah Di Kota Semarang Digital Literation Level Analysis and E-Commerce Application in Small and Medium Micro Enterprises in the City of Semarang. *JEMAP: Jurnal Ekonomi, Manajemen, Akuntansi, Dan Perpajakan*, 4(1), 145–162.
- Sisfor, R. S. (2019). Perancangan dan Implementasi Sistem E-Commerce pada UMKM Batik di Kabupaten Jombang. *Dinamisia: Jurnal Pengabdian Kepada Masyarakat*, 3(1), 36–43. <https://doi.org/10.31849/dinamisia.v3i1.2061>
- Studi, J., & Politik, I. (2023). 1 , 2 1,2. 2(1), 31–43.