

Peran Strategis Dinas Koperasi dan Usaha Mikro Kabupaten Sidoarjo dalam Pembinaan UMKM Menuju Digitalisasi Bisnis

Arza Amatullah Aljan

Universitas Islam Negeri Sunan Ampel, Surabaya, Indonesia

Corresponding Author: arzaaljan19@gmail.com

Dikirim: 27-09-2025; Direvisi: 16-10-2025; Diterima: 20-10-2025

Abstrak: Secara keseluruhan kemajuan teknologi memiliki dampak yang signifikan dalam setiap aspek kehidupan manusia, terutama dalam dunia bisnis. Melalui pemanfaatan teknologi digital yang baik akan berdampak positif terhadap keberlanjutan usaha, salah satunya usaha memperluas jangkauan pasar mereka. Pertumbuhan jumlah usaha mikro juga menjadi indikator pendorong bagi pemerintah dan pelaku usaha lainnya untuk selalu berinovasi, sehingga produk yang diciptakan mampu menjangkau pasar lokal hingga internasional. Metode dilakukan dengan cara sosialisasi, dipilih karena dianggap efektif dalam memberikan pengetahuan terstruktur kepada kelompok sasaran dalam waktu singkat sekaligus meningkatkan kesadaran akan pentingnya digitalisasi bisnis. Melalui berbagai program pelatihan yang dilakukan menunjukkan komitmen besar untuk mendorong transformasi bisnis menuju digital bagi Usaha Mikro dan Menengah Kecil (UMKM). Pelatihan yang diberikan relevan dengan kebutuhan peserta terhadap digitalisasi bisnis. Dengan mengadakan pelatihan-pelatihan tersebut merupakan langkah yang strategis dan telah dilakukan dengan baik oleh dinas. Integrasi antara teori dengan praktik dasar membuat peserta semakin memahami materi yang disampaikan.

Kata Kunci: Pembinaan UMKM; Digitalisasi Bisnis; Peran Dinas Koperasi

Abstract: Overall, technological advances have a significant impact on every aspect of human life, especially in the business world. The effective use of digital technology will have a positive impact on business sustainability, one of which is expanding their market reach. The growth in the number of micro businesses is also an indicator that encourages the government and other business actors to continuously innovate, so that the products created are able to reach local and international markets. The method used is socialization, which was chosen because it is considered effective in providing structured knowledge to the target group in a short period of time while also increasing awareness of the importance of business digitalization. Through various training programs, a strong commitment to encouraging business transformation towards digitalization for Micro, Small, and Medium Enterprises (MSMEs) is demonstrated. The training provided is relevant to participants' needs for business digitalization. Conducting these training sessions is a strategic step that has been well executed by the agency. The integration of theory with basic practice enables participants to better understand the material presented.

Keywords: UMKM Development; Business Digitalization; The Role of the Cooperatives Service

PENDAHULUAN

Secara keseluruhan kemajuan teknologi memiliki dampak yang signifikan dalam setiap aspek kehidupan manusia, terutama dalam dunia bisnis. Melalui pemanfaatan teknologi digital yang baik akan berdampak positif terhadap keberlanjutan usaha, salah satunya usaha memperluas jangkauan pasar mereka.

Sebab ekonomi pada sebuah negara baik maju maupun berkembang dapat ditingkatkan melalui UMKM yang ada dalam negara tersebut (Arizqi & Kusumawati, 2023). Sehingga bisa dikatakan Usaha Mikro Kecil dan Menengah (UMKM), dapat dianggap sebagai alat strategis untuk memerangi kemiskinan (Yahya & Azizah, 2024).

Awalnya pedagang hanya diam dan bergantung pada tempat yang sama kini pedagang beralih ke lapak *online*, menjadi bentuk transformasi digital yang signifikan. Pada konteks ini kontribusi yang dapat ditunjukkan ialah membuka kemungkinan untuk memekarkan pasar, optimalisasi pada proses operasional, dan peningkatan daya saing (Bahrudin & Rahman, 2024). Selain itu saat ini pola konsumsi masyarakat telah berubah. Sebagian konsumen yang aktif di dunia maya cenderung menggunakan internet sebagai sumber utama informasi sebelum melihat secara langsung barang atau jasa yang akan digunakan (Aswar, 2025). Akibatnya, produk yang tidak muncul di hasil pencarian Google, tidak memiliki ulasan di *e-commerce*, atau tidak dipasarkan melalui *platform* digital lainnya seolah-olah “tidak ada” bagi sebagian besar calon pembeli. Hal ini menciptakan tantangan besar bagi bisnis tradisional atau usaha kecil yang belum mengadopsi strategi digital, karena mereka kesulitan untuk bersaing dan menjangkau target pasar yang semakin beralih ke ranah digital (Sari & Febrian, 2025).

Sidoarjo memiliki potensi yang besar dalam sektor ini karena, Kabupaten Sidoarjo ialah salah satu wilayah pemilik Usaha Mikro Kecil dan Menengah (UMKM) terbanyak di Indonesia, dilansir dari *website* resmi Pemerintah Kabupaten Sidoarjo sebanyak 176.000 pelaku usaha mikro dalam bidang kerajinan dan kuliner tersebar di 18 kecamatan (Kurniawan, 2024). Dengan banyaknya unit usaha yang berdiri di Kabupaten Sidoarjo akan membantu penopang roda ekonomi pada Kabupaten dengan ikon udang dan bandeng ini. Saat ini manusia semakin enggan pergi untuk berbelanja di pasar konvensional dan beralih ke *onlineshop* dengan dalih zaman sudah modern dan masuk era digital selain itu juga mengefisiensi waktu dan tenaga. Maka dari itu, media online dapat membantu mengembangkan bisnis terutama UMKM (Andrianti & Oktafia, 2021)

Sehingga dapat dijelaskan bahwa digitalisasi dalam bisnis bukanlah sebuah tren yang silih berganti dan meredup, melainkan kepentingan strategis bagi UMKM karena seiring perkembangan zaman akan mengalami peningkatan kebutuhan. Terdapat beberapa alasan pendorong diantaranya adalah perubahan perilaku konsumen yang cenderung ingin kemudahan dan kenyamanan, dengan pemanfaatan teknologi memungkinkan transaksi keuangan, pemasaran, dan pengelolaan inventori yang lebih cepat dan akurat. Pasar semakin luas sehingga persaingan tidak terbatas letak geografis (Amilia et al., 2024). Selain itu pandemi Covid 19 menjadi pemicu adanya digitalisasi karena saat itu diberlakukan pembatasan sosial sehingga memaksa pelaku usaha mengalihkan kegiatannya ke digital (Rahmadani & Subroto, 2022). Tetapi pada kenyataannya seringkali terjadi kesenjangan dalam mengintegrasikan bisnis dengan teknologi informasi karena kurangnya literasi digital dan inovasi dari para pelaku usaha. Hal ini akan menjadi tantangan pada proses digitalisasi bisnis, jika suatu tantangan tidak diantisipasi dengan persiapan yang matang dapat menghambat optimalisasi pengembangan unit usaha (Hudayah & Sukmana, 2022).

Maka dari itu, Dinas Koperasi dan Usaha Mikro pemerintah Kabupaten Sidoarjo berperan sebagai katalisator berikhtiar untuk mempersiapkan strategi dalam

mengembangkan sektor Usaha Mikro Kecil dan Menengah (UMKM) di era serba digital (Arofah et al., 2022). Dinas Koperasi dan Usaha Mikro Kabupaten Sidoarjo memiliki berbagai program yang tujuannya untuk memberikan pendampingan dalam pengembangan usaha kepada para pelaku usaha mikro agar kapasitas usahanya mampu meningkat dan bersaing secara kompetitif dengan Usaha Mikro Kecil dan Menengah (UMKM) di daerah lain (Sulistyowati et al., 2024). Pertumbuhan jumlah usaha mikro juga menjadi indikator pendorong bagi pemerintah dan pelaku usaha lainnya untuk selalu berinovasi, sehingga produk yang diciptakan mampu menjangkau pasar lokal hingga internasional (Firdausya et al., 2023). Jika tidak ada inovasi dan kreativitas usaha, UMKM dalam negeri tidak akan memiliki kemampuan bersaing, sehingga akan menyebabkan kemunduran atau bahkan mengancam kelangsungan usaha yang bersangkutan (Fadhillah & Yuniarti, 2023).

Dalam proses pengembangan bisnis Dinas Koperasi dan Usaha Mikro melakukan strategi digitalisasi dalam konteks ini dinas memfasilitasi salah satunya, memberikan bimbingan dan pelatihan kepada usaha mikro. Program peningkatan kapasitas yang dilakukan bidang pengembangan usaha mikro, meliputi strategi pemasaran digital, pemanfaatan *platform* digital untuk promosi bisnis, pelatihan fotografi agar hasil foto produk menjadi lebih profesional, dan juga pemanfaatan teknologi dalam proses produksi. Hal ini bertujuan untuk mendorong adopsi teknologi dan profesionalisme dalam berbisnis. Hasil yang diharapkan adalah transisi pelaku usaha dari sektor informal menuju usaha yang lebih profesional dan kompetitif.

Dinas mengimplementasikan tipe pembinaan yang terstruktur, dimulai dengan pemenuhan aspek dasar usaha mikro (legalitas usaha, produk, dan manajemen) hingga pada pengembangan yang kompleks (pemasaran, pengemasan, dan produksi). Secara sosiologis, metode ini mencerminkan prinsip pembangunan bertahap, sesuai dengan teori struktural fungsional Talcott Parsons sebab setiap bagian struktur organisasi mempunyai peran yang spesifik dan saling bergantung satu sama lain (Mutthoharoh, 2016), untuk memastikan program yang dijalankan tetap terorganisir dan efektif. Baik bidang pengembangan maupun pemberdayaan memiliki tupoksi yang berbeda, hal ini dilakukan agar menciptakan sistem yang efektif agar mencapai tujuan yang sama

Berdasarkan latar belakang yang sudah dipaparkan, dengan diadakannya kegiatan ini diharapkan agar para pelaku usaha mikro dapat mengimplementasikan materi yang telah disampaikan saat pelatihan. Sehingga pelaku usaha mikro mampu bertahan di dunia yang serba digital ini.

METODE PELAKSANAAN KEGIATAN

Kegiatan PKM ini ditargetkan pada para pelaku Usaha Mikro dan Menengah di Kabupaten Sidoarjo, mulai dari usaha kuliner hingga kerajinan tangan. Kegiatan dilakukan dengan cara sosialisasi, dipilih karena dianggap efektif dalam memberikan pengetahuan terstruktur kepada kelompok sasaran dalam waktu singkat sekaligus meningkatkan kesadaran akan pentingnya digitalisasi bisnis. Selain itu peserta juga diberikan waktu untuk mempraktikkan materi, seperti pembuatan konten dan mengoptimalkan bio TikTok. Tim PKM berperan sebagai fasilitator yang berkeliling untuk memberikan bantuan secara personal. Pemaparan materi dilakukan dengan



interaktif, peserta juga diberikan kesempatan untuk bertanya seputar kegiatan pembinaan.

Setelah sosialisasi, tim PKM melakukan wawancara pada beberapa peserta untuk mewakili variasi usaha (kuliner atau kerajinan), untuk menggali motivasi, hambatan, dan interpretasi terhadap materi yang diberikan. Wawancara dilakukan sebagai bentuk evaluasi terhadap pembinaan yang sudah dilaksanakan dan kesan melalui pandangan peserta.

IMPLEMENTASI KEGIATAN DAN PEMBAHASAN

Peran Dinas Koperasi dan Usaha Mikro dalam Pembinaan UMKM

Perkembangan teknologi dan perubahan kebiasaan konsumen menuntut para pelaku usaha, khususnya usaha mikro kecil dan menengah untuk beradaptasi dengan cepat dan memperluas strategi bisnis mereka salah satunya berbasis digital (Winarto, 2024). Masih banyak Usaha Mikro Kecil dan Menengah (UMKM) kesulitan untuk menghadapi fenomena ini, karena kurangnya wawasan dan ketidakahlian menjalankan teknologi. Sehingga sebagai lembaga pemerintah yang akuntabel atas pengembangan koperasi dan usaha mikro, fungsi Dinas Koperasi dan Usaha Mikro tidak hanya sebagai fasilitator namun juga sebagai penggerak perubahan menuju era digital (Masita, 2022).

Pada Dinas Koperasi dan Usaha Mikro terbagi menjadi 2 bidang yang berkaitan dengan usaha mikro, kedua bidang ini memiliki tupoksi berbeda yaitu bidang pemberdayaan dan bidang pengembangan usaha mikro. Jika diibaratkan dengan sekolah formal, bidang pemberdayaan merupakan pendidikan pertama kepada pelaku usaha mikro dalam membangun bisnis mereka serta berfokus pada manajemen bisnis. Sedangkan pada bidang pengembangan berfokus pada mengembangkan bisnis yang sudah ada oleh para pelaku usaha. Hal ini diperkuat dengan pernyataan *staff* Sub Bagian Umum dan Kepegawaian “Jadi untuk alur pembinaan di DINKOPUM ini adalah para wirausaha baru akan diarahkan ke bidang pemberdayaan untuk diberikan pelatihan mengenai manajemen usaha dan ada program wirausaha baru. Yang kemudian akan diarahkan ke bidang pengembangan untuk mendapat materi lebih lanjut untuk keberlanjutan usaha mereka”. Salah satu contoh pendampingan yang dilakukan oleh dinas ialah sertifikasi untuk membuat produk memiliki standar agar bisa didistribusikan pada minimarket (alfamart, alfamidi, dan indomaret) dan juga memberikan pelatihan yang berhubungan dengan pengembangan bisnis.

Dinas Koperasi dan Usaha Mikro Sidoarjo memiliki komitmen menjadikan usaha mikro untuk “Naik Kelas”, dengan salah satunya mampu beradaptasi pada era masyarakat 5.0 yang di mana dunia digital sudah menjadi sebuah kebutuhan (Laziva & Atiq, 2024). Oleh karena itu dinas berusaha membuat pelatihan yang relevan dengan dunia digital marketing, sebagai bentuk kepedulian terhadap fenomena yang terjadi di masyarakat. Untuk meratakan perluasan jangkauan peserta, dinas juga mengadakan program sedekah ilmu. Program sedekah ilmu adalah salah satu upaya DINKOPUM menjangkau seluruh wilayah di Sidoarjo secara merata dalam meningkatkan kapasitas pelaku usaha mikro (Balahmar, 2025). Program ini dilakukan setidaknya dua minggu sekali tiap bulan di berbagai Kecamatan di Sidoarjo. Namun program ini dijalankan dengan kuota peserta yang minim dan



anggaran terbatas. Meskipun demikian materi yang disampaikan tetap unggul dan relevan dengan kebutuhan pelaku usaha di bidang digital. Program ini menjadi bukti bahwa pelatihan yang efektif tidak selalu memerlukan sumber daya yang besar. Dapat dimaksimalkan dengan pendekatan berbasis wilayah dan komitmen untuk berbagi pengetahuan.

Serta dalam upaya implementasi digitalisasi, Dinas Koperasi dan Usaha Mikro memiliki inovasi untuk memfasilitasi pembuatan Nomor Induk Berusaha (NIB) secara daring dan mandiri melalui Online Single Submission (OSS). Dengan adanya fasilitas dapat meningkatkan efisiensi waktu dan tenaga sebab hal ini sifatnya fleksibel. Inovasi ini dilakukan sebab banyaknya pelaku usaha yang belum memiliki legalitas, karena dianggap prosesnya rumit.

Dapat diambil kesimpulan bahwa komitmen dinas dalam upaya digitalisasi ini cukup besar. Hal ini dibuktikan dengan berbagai usaha, seperti pelatihan mengenai pemasaran digital lalu pendampingan dalam sertifikasi produk agar sesuai dengan standar minimarket. Dinas memudahkan proses mereka untuk semakin profesional pada bisnis yang dijalankan di era serba digital. Dinas Koperasi dan Usaha Mikro mendukung penuh para pelaku usaha mikro yang ingin maju. Dan juga pembuatan NIB yang sifatnya online menjadi implementasi bahwa DINKOP mendukung digitalisasi.

Strategi Pengembangan UMKM Menuju Digitalisasi Bisnis

Melalui Bidang Pengembangan, DINKOPUM Kabupaten Sidoarjo secara masif menyelenggarakan pelatihan digital marketing dirancang sebagai bekal pelaku usaha mikro beradaptasi di dunia usaha berbasis digital. Dalam menjalankan program-programnya DINKOPUM berasaskan RPJMD (Rancangan Pembangunan Jangka Menengah Daerah) serta permintaan masyarakat. Hal ini disampaikan oleh *staff* Bidang Pengembangan Usaha Mikro. “Yang pertama kita kan ada yang namanya RPJMD. Itu perencanaan pembangunan kabupaten sidoarjo selama 5 tahun kedepan. Nah disitu kita, bupati itu punya program, kabupaten juga punya program jadi tuh kita 5 tahun kedepan sidoarjo mau dibawa kemana. Terus dikasih pelatihan apa gitu. Pertama dari situ RPJMD program-programnya. Terus yang kedua dari permintaan masyarakat. Ketika kita melihat fenomena yang dibutuhkan masyarakat saat ini tuh apa.”. Dari pernyataan tersebut dapat diketahui bahwa dalam penyusunan strategi pembinaan oleh dinas berlandaskan RPJMD Kab Sidoarjo, dinas juga mengikuti permintaan masyarakat, hal ini membuktikan bahwa dinas berusaha untuk mendengarkan aspirasi masyarakat agar pelatihan yang dilaksanakan dapat sesuai dengan kebutuhan. Dalam menjalankan pelatihan, dinas juga bekerjasama dengan para stakeholder dan komunitas usaha di wilayah Sidoarjo, hal ini dilakukan guna memperbanyak sumber daya.

Dalam pelaksanaan digitalisasi bisnis terdapat beberapa strategi yang dilakukan yakni, pelatihan berkaitan dengan peningkatan wawasan dalam berbisnis secara online serta pendampingan kepada pelaku usaha yang ingin mengetahui lebih lanjut mengenai cara peningkatan profesionalisme dalam berbisnis. Salah satu pendampingan yang dilakukan oleh DINKOPUM adalah sertifikasi produk untuk dipasarkan di minimarket. Selain itu pada setiap pelatihan yang diadakan terdapat grup chat untuk mengkoordinir para peserta, dan juga sebagai tempat para peserta bertanya lebih lanjut mengenai pelatihan yang sudah diadakan bahkan berjualan. Pada konteks disampaikan oleh *staff* bidang pengembangan usaha mikro “jadi tiap



pelatihan kita sediakan grup gunanya untuk tempat sharing para pelaku usaha, disana mereka bisa bertanya apapun ke narasumber, berjualan juga boleh”. Hal ini berguna agar para pelaku usaha mikro yang ingin berkonsultasi untuk mempermudah akses bisa juga lewat grup chat yang tersedia. Dengan memanfaatkan teknologi dalam Pelatihan yang dilakukan juga tidak hanya sekali, namun bertahap disesuaikan dengan kemampuan para pelaku usaha. Bagi mereka yang ingin terus meningkatkan wawasannya, bisa mengikuti pelatihan lanjutan hingga atas.



Gambar 1 Pemaparan materi Pelatihan Produk Secara Online

Salah satu materi yang diberikan ialah teknik dasar SEO (*Search Engine Optimization*) merupakan upaya untuk memaksimalkan informasi produk agar lebih mudah diakses melalui mesin pencari seperti Google. Hal ini mencakup strategi penggunaan *keyword* yang efektif dan pemahaman dasar pasar digital. Peserta pelatihan juga diberikan wawasan mengenai tren peningkatan belanja konsumen di *platform* daring, termasuk analisis perubahan perilaku konsumen yang kini cenderung berbelanja melalui *marketplace*, media sosial, dan web resmi. Pemahaman terhadap tren ialah hal yang sangat krusial bagi owner usaha mikro sebagai bentuk adaptasi strategi pemasaran mereka, agar tetap relevan dengan keperluan pasar selalu berkembang. Sebagai penunjang pelatihan, peserta juga dikenalkan penggunaan alat bantu riset seperti Google Trends dan Google.co.id untuk mengidentifikasi *keyword* yang populer, serta tren kebutuhan dan pencarian konsumen. Sehingga dengan bantuan alat tersebut owner dapat merangkai strategi pemasaran yang lebih terarah dan berbasis

Disampaikan oleh pelaku usaha bento cake “menurut saya adanya dinkopum sidoarjo ini memiliki peran penting bagi kami para pelaku usaha di Sidoarjo untuk terus berkembang lebih baik. Dan adanya program pelatihan yang diadakan dinkopum sidoarjo sangat bermanfaat bagi kami para umkm untuk mendapatkan ilmu baru agar usaha kami bisa lebih berkembang dan naik kelas.” Dari pernyataan ini dapat diketahui bahwa keberadaan dinas memiliki kesan tersendiri menurut pandangan para pelaku usaha. Sehingga para peserta binaan dapat memberikan *feedback* yang positif, hal ini juga disampaikan oleh pelaku usaha baju anak “menurut saya DINKOPUM sangat membantu pengusaha pemula seperti saya karena memberikan wawasan yang bisa membuat saya semakin berkembang”.

Tidak semua pelaku usaha memahami cara memanfaatkan algoritma, membuat konten yang menarik, atau mengatur strategi promosi yang tepat sasaran, meskipun sudah memiliki akun di *marketplace* atau media sosial (Irianto et al., 2023). Strategi yang dilakukan oleh dinas adalah pelatihan mengenai teknik pembuatan konten kreatif di media sosial, optimalisasi algoritma agar produk lebih mudah ditemukan, serta pengenalan dasar mengenai platform *marketplace*. Pelatihan tersebut mencakup perancangan video pendek tiktok, penulisan caption, serta pemanfaatan fitur yang ditawarkan pada media sosial. Konsistensi dianggap krusial dalam membangun kredibilitas dan minat konsumen terhadap merek. Pada materi ini juga menyediakan panduan praktis penggunaan *e-commerce* meliputi, strategi promosi dasar di platform daring. Proses pembelajaran bertahap untuk memastikan kemudahan akses dan pemahaman bagi pelaku UMKM yang belum memiliki pengalaman dalam menjalankan bisnis secara online.



Gambar 2 Praktik Pelatihan Fotografi Dasar

Berdasarkan dokumentasi diketahui bahwa dalam konteks pemasaran daring, aspek visual sangat diperlukan. Maka dari itu untuk menunjang keberhasilan usaha mikro dalam menjalankan bisnis di dunia digital, dinas memberikan pelatihan fotografi dasar memiliki tujuan untuk mengoptimalkan kemampuan peserta dalam menghasilkan foto produk berkualitas dan menarik secara visual guna keperluan promosi digital. Materi dalam pelatihan ini menitikberatkan pada pemahaman fotografi secara teknis dan mudah diterapkan. Dalam pelaksanaannya, peserta diberikan kesempatan untuk mempraktikkan teknik yang sudah dipelajari dengan menggunakan peralatan bantu sederhana yang telah disediakan oleh DINKOPUM. Seperti mini studio box, ring light, dan properti pendukung dalam foto produk. Dengan adanya fasilitas penunjang peserta dapat langsung menerapkan teknik fotografi yang telah dipelajari dalam memperbaiki kualitas potret produk mereka.

Melalui beberapa pelatihan yang sudah berjalan para peserta tidak hanya mengerti secara teori, namun peserta diberikan kesempatan untuk secara langsung menerapkan apa yang sudah dipaparkan. Dalam konteks ini peserta dapat mengerti mekanisme dasar atas penggunaan aplikasi ataupun pembuatan konten untuk mempromosikan produk mereka.

Dampak dan Potensi Peningkatan Kapasitas Pelaku UMKM

UMKM memegang peranan vital dalam perekonomian Indonesia, menjadi sumber lapangan kerja utama dan penggerak ekonomi lokal yang adaptif terhadap berbagai guncangan (Ginting et al., 2025). Pelatihan yang diselenggarakan DINKOPUM memadukan teori dan praktik, sehingga memberikan dampak yang signifikan terhadap peningkatan kapasitas pelaku usaha mikro. Meningkatnya literasi digital di kalangan pelaku UMKM merupakan salah satu dampak utama yang dapat dirasakan. Akibatnya mereka mampu memasarkan produk secara online dan memahami pentingnya branding dalam suatu konten produk agar menarik minat konsumen. Hal ini disampaikan oleh pelaku usaha makanan “Pelatihan DINKOPUM (Dinas Koperasi dan Usaha Mikro) dapat memberikan insight baru untuk saya. Selain itu juga memberikan *experience* seru karena pelatihannya tidak kaku, serta mampu menambah relasi kita”. Pada hasil wawancara lainnya pelaku usaha menyampaikan “saya rasa untuk kekurangan tidak ada ya karena program pelatihan yang diadakan dinkop sudah sangat menarik dan membantu sekali terutama bagi para pelaku umkm. Mungkin hanya perlu untuk melakukan pelatihan-pelatihan yang lebih sering lagi agar para pelaku umkm bisa mengikuti perkembangan di era digital seperti sekarang ini yang apapun bisa dilakukan melalui online”. Selain itu penyampaian materi juga mudah dipahami oleh peserta, dilanjutkan pernyataan peserta tersebut “sejauh ini iya penyampaian materinya mudah dipahami orang banyak”.

Dengan dukungan Dinas Koperasi dan Usaha Mikro, digitalisasi telah mengubah UMKM secara signifikan. Peningkatan tidak hanya terjadi pada penjualan, tapi juga pada kapasitas usaha secara keseluruhan. UMKM kini memiliki cara baru dalam mengelola bisnis, berkomunikasi dengan konsumen, dan menyusun strategi jangka panjang. Dinas Koperasi dan Usaha Mikro juga memfasilitasi pertemuan rutin atau forum daring yang memungkinkan pelaku usaha saling mendukung, misalnya dengan berbagi *tips* pemasaran atau informasi tren pasar terbaru. Kekuatan komunitas akan membantu pelaku UMKM mengatasi tantangan bersama dan meningkatkan rasa solidaritas dalam menghadapi perubahan. Adaptasi terhadap tren adalah kunci peningkatan kapasitas UMKM selain pemasaran. Dunia digital berkembang pesat, dan UMKM yang responsif akan memiliki keunggulan kompetitif. Contohnya, selama tren konten video pendek populer, beberapa pelaku UMKM Sidoarjo langsung memanfaatkannya untuk promosi kreatif yang menghasilkan penjualan signifikan. Kecepatan dalam merespons tren seperti ini dapat menjadi indikator kesiapan UMKM menghadapi persaingan di masa depan

Selain itu digitalisasi juga mengubah cara UMKM menjalin hubungan dengan pelanggan. Komunikasi yang dulu terbatas tatap muka, kini mempertahankan pelanggan di tengah persaingan. Dalam konteks ini selaras dengan slogan dinas yang menyebut salam umkm naik kelas. Berdasarkan pernyataan *staff* Bidang Pengembangan Usaha Mikro “jadi berdasarkan sk ada beberapa indikator um (usaha mikro) dikatakan naik kelas, upgrade diri; memiliki legalitas usaha; mampu berjualan online; mengikuti kegiatan yang memiliki sertifikasi; mampu memanfaatkan teknologi dalam proses produksi contohnya awalnya memotong pisang menggunakan tangan lalu upgrade menggunakan alat untuk mempermudah; dan juga modal usahanya meningkat”. Lebih jauh dari hasil wawancara mengungkapkan terdapat indikasi bahwa pelaku usaha mengalami proses “naik kelas”, sebagai berikut



: Memiliki legalitas usaha seperti Nomor Induk Berusaha (NIB) dan Pangan Industri Rumah Tangga (PIRT), peralihan pemasaran yang mulanya konvensional ke pemasaran yang berbasis online secara aktif, menerapkan teknologi dalam proses produksi, seperti penggunaan aplikasi keuangan atau alat bantu untuk proses produksi modern, serta bisnis mengalami peningkatan modal usaha, baik dari hasil penjualan dan juga akses permodalan yang lebih terbuka.

Beberapa UMKM binaan telah berhasil menembus pasar ekspor setelah melalui proses pendampingan, pelatihan, dan penguatan kapasitas usaha. Melalui inovasi sesuai dengan standar internasional, mereka mampu memenuhi permintaan pasar global. Produk yang diekspor mencakup sektor makanan olahan dengan adanya dukungan terhadap legalitas, sertifikasi, serta pengemasan. Sehingga dampak yang dapat dirasakan oleh para pelaku usaha dapat dijelaskan sebagai berikut: Peningkatan pendapatan bisnis kecil dan menengah (UMKM) karena pasar yang lebih luas. Perluasan pasar tidak hanya meningkatkan omzet penjualan namun, ikut berkontribusi dalam promosi produk khas daerah kepada konsumen yang lebih luas. Sistem manajemen digital meningkatkan efisiensi operasional. Peningkatan daya saing karena produk menjadi lebih dikenal di seluruh negara. Terciptanya ekosistem usaha yang mampu menyesuaikan diri dengan kemajuan teknologi.

Efek jangka panjang digitalisasi di Sidoarjo adalah lahirnya generasi pelaku UMKM baru yang lebih terampil dalam teknologi. Anak muda yang tadinya tidak berminat, kini berperan aktif dalam usaha keluarga, terutama pemasaran digital. Regenerasi ini vital untuk memastikan UMKM tetap eksis di masa depan. Perpaduan pengalaman dan kreativitas meningkatkan kapasitas usaha secara signifikan

KESIMPULAN

Berdasarkan hasil PKM yang sudah dilaksanakan bahwa langkah yang dapat diterapkan dalam mendukung digitalisasi ialah melalui program pembinaan. Materi pelatihan yang diberikan memiliki relevansi dengan digital *marketing* dasar, seperti penggunaan *keyword* dalam mempromosikan produk atau jasa. Selain itu juga terdapat strategi yang lainnya seperti pembuatan konten di *social media* khususnya TikTok. Dan pelatihan fotografi dasar tentunya para peserta dibimbing untuk mengerti tata letak produk, angle pemotretan. Selain itu juga DINKOPUM mengambil langkah lain dengan memberikan pendampingan perizinan usaha dan produk, menjadi jembatan UMKM dalam event daerah, dan bantuan permodalan.

Dengan mengadakan pelatihan-pelatihan tersebut merupakan langkah yang strategis dan telah dilakukan dengan baik oleh dinas. Integrasi antara teori dengan praktik dasar membuat peserta semakin memahami materi yang disampaikan. Melalui pendekatan ini pelaku UMKM tidak hanya mampu meningkatkan daya saing produk, namun mereka dapat membangun brand yang lebih profesional dan kuat di pasar digital. Sehingga mampu menjadikan para peserta binaan menjadi naik kelas. Keberhasilan pelatihan ini membuktikan pentingnya sinergi antara pemerintah daerah dan pelaku usaha dalam menghadapi tantangan di era digital dan mempercepat proses naik kelas UMKM.



DAFTAR PUSTAKA

- Amilia, S. N., Zahro, A. H., Fatimah, S. B. S., Maharanie, P., Hidayat, N. R., & Ikaningtyas, M. (2024). PENGEMBANGAN UMKM DALAM STRATEGI DIGITALISASI DAN ADAPTASI TERHADAP PERUBAHAN ERA DIGITAL. *JURNAL MEDIA AKADEMIK (JMA)*, 2(4), 3031–5220.
- Ananda Kurniawan, B. (2024). Upaya Dinas Koperasi Dan Usaha Mikro Kabupaten Sidoarjo Dalam Membangkitkan Usaha Mikro Kecil Menengah di Era Modern. *INNOVATIVE: Journal Of Social Science Research*, 4, 1696–1704.
- Andrianti, F., & Oktafia, R. (2021). Analisis Strategi Pengembangan Usaha Mikro Kecil Dan Menengah (Ukm) Melalui Media Online Desa Karangpoh Kecamatan Krian Kabupaten Sidoarjo (Tinjauan Pemasaran Islam). *Jurnal Ekonomi Syariah Teori Dan Terapan*, 8(1), 43. <https://doi.org/10.20473/vol8iss2021pp43-54>
- Arizqi, A., & Kusumawati, D. A. (2023). Peran Agile Leadership Dan Strategic Agility Planning Dalam Peningkatan Kinerja Ukm Provinsi Papua Barat Indonesia. *AdBispreneur*, 8(1), 1–14. <https://doi.org/10.24198/adbispreneur.v8i1.37169>
- Arofah, E. N., Indartuti, E., & Hartono, S. (2022). Peran Dinas Koperasi dan Usaha Kecil Mikro dalam Mengembangkan UMKM di Kabupaten Sidoarjo (Studi Kasus UMKM Sandal dan Sepatu Wedoro). *Universitas 17 Agustus Surabaya*. <http://repository.untag-sby.ac.id/id/eprint/16831>
- Aswar, F. N. (2025). PERILAKU KONSUMEN. In P. A. Aslam (Ed.), *Tahta Media Group*.
- Bahrudin, B., & Rahman, A. M. (2024). Analisis Strategi Pengembangan Usaha MIKRO, KECIL DAN MENENGAH (UMKM) PADA ERA DIGITAL DI KABUPATEN PROBOLINGGO. *Qtishodiyah: Jurnal Ekonomi Dan Bisnis Islam*, 10(2). <https://doi.org/10.55210/iqtishodiyah.v10i2.1688>
- Balahmar, A. R. U. (2025). STRATEGI PENGEMBANGAN USAHA MIKRO, KECIL, DAN MENENGAH (UMKM) KOTA DELTA. *AdBispreneur*, 9(1), 1–12. <https://doi.org/10.24198/adbispreneur.v9i1.50164>
- Fadhillah, P., & Yuniarti, A. (2023). Pemberdayaan UMKM: Melihat Peluang Bisnis UMKM di Era Digital di Desa Ujunge Kecamatan Tanasitolo Kabupaten Wajo. *Jurnal Pengabdian Masyarakat Dan Riset ...*, 2(1), 291–298. <http://jerk.in.org/index.php/jerk.in/article/view/176%0Ahttps://jerk.in.org/index.php/jerk.in/article/download/176/111>
- Ginting, B. L. A. N., Tobing, L. S., & Siringoringo, M. (2025). Dampak Pelatihan Kewirausahaan Terhadap Pola Pikir Adaptif Pelaku UMKM. *JISPOL : Jurnal Ilmu Sosial Dan Politik*, 5(23), 72–80. <https://doi.org/10.51622>
- Hamidah Sari, O., & Desty Febrian, W. (2025). Sosialisasi Inovasi dan Digitalisasi Bisnis untuk Meningkatkan Daya Saing UMKM. *Jurnal Pengabdian Masyarakat Dan Penelitian Terapan*, 3(1), 164–171. <https://doi.org/10.38035/jpmpt.v3i1.788>



- Irianto, H., Viesta, A. Dela, Nugroho, A. T., Wahyuni, T., Prabowo, W. C., Hamid, I. N., Anufah, T. N., Permatasari, H. I., Salsabila, A., Sofyana, S., & Hardiyanti, F. Y. (2023). Digitalisasi UMKM sebagai Upaya Peningkatan Pemasaran dan Penjualan Online di Desa Tengkluk. *Journal of Cooperative, Small and Medium Enterprise Development*, 1(2), 60. <https://doi.org/10.20961/cosmed.v1i2.66865>
- Laziva, N., & Atiq, Q. M. (2024). Studi Literatur Digitalisasi UMKM (Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah) di Era Masyarakat 5.0: Strategi dan Faktor. *Prosiding Management Business Innovation Conference (MBIC)*. <https://jurnal.untan.ac.id/index.php/MBIC/index>
- Lusy & Devina, V. (2019). Analysis of Factors that Influence the Sustainability of Businesses of Micro Small and Medium Enterprises (MSMEs). *International Journal of Economics and Management Studies*. <https://doi.org/10.14445/23939125/IJEMS-V6I10P108>
- Masita, D. (2022). *Inovasi Platform Digital Di Kabupaten Sidoarjo Pada Masa Pandemi Covid-19 Sidoarjo Pada Masa Pandemi Covid-19*.
- Mutthoharoh. (2016). *Pencak Silat dan harga diri orang Madura di desa Kwanyar Barat kecamatan Kwanyar kabupaten Bangkalan* [Universitas Islam Negeri Sunan Ampel Surabaya]. <http://digilib.uinsa.ac.id/id/eprint/6016>
- Nada Hidayah, N., & Sukmana, H. (2022). Analysis of Corporate Strategy in The Development of Micro, Small, and Enterprises (MSMEs). *Indonesian Journal of Public Policy Review*, 17, 1–11. <https://doi.org/10.21070/ijppr.v17i0.1249>
- Radhiyan Yahya, D., & Azizah, N. (2024). *Pengembangan UMKM melalui aplikasi E-Peken di Daerah Surabaya*.
- Rahmadani, R. D., & Subroto, W. T. (2022). Analisis Strategi Pengembangan UMKM Kabupaten Sidoarjo di Masa Pandemi Covid-19. *Jurnal Pendidikan Administrasi Perkantoran (JPAP)*, 10(2), 167–181. <https://doi.org/10.26740/jpap.v10n2.p167-181>
- Sulistiyowati, R., Sudarwanto, T., Mahendra, A. M., Rafida, V., Wibowo, L. A., Dirgantari, P. D., Masharyono, M., Sul, R. D. I. Z. F., Yohana, C., Fidhyallah, N. F., & Hidayat, N. (2024). Pelatihan Pemasaran Digital Bagi UMKM Binaan Dinas Koperasi dan Usaha Mikro Kabupaten Sidoarjo. *Jurnal KARINOV*, 7(1), 15. <https://doi.org/10.17977/um045v7i1p015>
- Winarto, W. W. A. (2024). Upaya Pemberdayaan UMKM Melalui Pelatihan Digital Marketing Di Desa Warureja. *Jumat Informatika: Jurnal Pengabdian Masyarakat*, 5(2), 114–118. <https://doi.org/10.32764/abdimasif.v5i2.4938>
- Zahra Firdausya, L., Perwira Ompusunggu, D., & kunci, K. (2023). Usaha Mikro Kecil Dan Menengah (Umk) 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%7Ce>

