

## Identifikasi Persiapan Transformasi Digital Pada UMKM Pengrajin Batu Bata di Kabupaten Banyuasin

<sup>1</sup>Febria Sri Handayani, <sup>2</sup>Hendra Hadiwijaya,  
<sup>3</sup>Meidyan Permata Putri, <sup>4</sup>Mirza Putri Andita  
Sistem Informasi, Institut Teknologi dan Bisnis PalComTec<sup>1,3</sup>  
Bisnis Digital, Institut Teknologi dan Bisnis PalComTec<sup>2,4</sup>  
\*Email: [febria\\_sri@palcomtech.ac.id](mailto:febria_sri@palcomtech.ac.id),

### ABSTRAK

Transformasi digital menjadi kunci dalam pengembangan Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah (UMKM), termasuk pengrajin batu bata di Kabupaten Banyuasin. Kegiatan pengabdian kepada masyarakat khususnya pada UMKM pengrajin batu bata di kabupaten Banyuasin bertujuan menilai kesiapan digital pengrajin, mentransfer pengetahuan, dan menyediakan alat bantu pemasaran untuk mendukung digitalisasi. Menggunakan pendekatan kualitatif dan kuantitatif, survei, wawancara, dan observasi mengungkapkan bahwa pengrajin menyadari pentingnya digitalisasi namun terbatas dalam pengetahuan, keterampilan, dan infrastruktur teknologi. Program pelatihan yang dikembangkan meliputi literasi digital dasar, *e-commerce*, media sosial, dan manajemen produksi digital. Bentuk pemberdayaan pengrajin batu bata diharapkan dapat meningkat hampir 90%, pengrajin batu bata juga nantinya mampu mengoperasikan perangkat komputer dan internet, serta penerapan *platform e-commerce* dan media sosial meningkatkan penjualan produk. Pelatihan tambahan dalam fotografi produk, desain grafis, dan manajemen produksi digital juga meningkatkan kualitas pemasaran dan efisiensi produksi. Penyesuaian strategi berdasarkan umpan balik pengrajin untuk memperkuat efektivitas kegiatan pengabdian ini. Transformasi digital yang disiapkan diharapkan dapat secara signifikan meningkatkan produktivitas dan daya saing pengrajin batu bata, menawarkan model yang dapat diadopsi oleh UMKM di daerah lain, serta mendukung peningkatan kapasitas digital UMKM di Indonesia.

**Kata kunci** : umkm, transformasi digital, *e-commerce*

### ABSTRACT

*Digital transformation is key to the development of Micro, Small, and Medium Enterprises (MSMEs), including brick craftsmen in Banyuasin Regency. This study aims to assess the digital readiness of craftsmen, transfer knowledge, and provide marketing tools to support digitalization. Using qualitative and quantitative approaches, surveys, interviews, and observations revealed that craftsmen are aware of the importance of digitalization but are limited in knowledge, skills, and technological infrastructure. The training program developed includes basic digital literacy, e-commerce, social media, and digital production management. The implementation of the program showed that 90% of participants were able to operate computer devices and the internet, and the application of e-commerce and social media platforms increased product sales. Additional training in product photography, graphic design, and digital production management also improved marketing quality and production efficiency. The evaluation showed an average increase in sales of 25% and digital transactions increased by 40%. Adjustments to the strategy based on participant feedback strengthened the effectiveness of the program. In conclusion, digital transformation significantly increased the productivity and competitiveness of brick craftsmen, offering a model that can be adopted by MSMEs in other regions, and supporting the increase in the digital capacity of MSMEs in Indonesia.*

**Key words**: MSMEs, digital transformation, *e-commerce*

## PENDAHULUAN

Mitra Pengabdian Kepada Masyarakat (PKM) adalah Pengrajin Batu Bata Banyuasin, yang terletak di Jl Palembang Betung KM 17 Kelurahan Sukomoro, Kecamatan Talang Kelapa, Kabupaten Banyuasin, merupakan salah satu pilar ekonomi utama di wilayah tersebut. Kelurahan Sukomoro dikenal memiliki potensi alam yang sangat baik, khususnya dalam hal ketersediaan tanah liat berkualitas tinggi yang menjadi bahan baku utama untuk produksi batu bata. Selain itu, lokasinya yang strategis, berdekatan dengan Kota Palembang, memberikan aksesibilitas yang memudahkan distribusi produk ke pasar yang lebih luas. Usaha ini telah beroperasi sejak tahun 2005 dan memiliki kapasitas produksi sekitar 5.000 buah batu bata per hari, dengan melibatkan 18 pekerja tetap. Namun, meskipun memiliki kapasitas produksi yang besar, Pengrajin Batu Bata Banyuasin masih menghadapi sejumlah tantangan yang signifikan.



Gambar 1. Proses Produksi Batu Bata

Salah satu tantangan utama yang dihadapi Pengrajin Batu Bata Banyuasin adalah masalah kualitas produk. Kualitas produk merujuk pada sejauh mana produk tersebut memenuhi standar dan harapan yang ditetapkan oleh konsumen (Kumbara 2021; Sinurat et al. 2021). Kualitas produk tidak hanya berkaitan dengan bagaimana produk tersebut dirasakan oleh pengguna, tetapi juga melibatkan standar dan spesifikasi yang telah ditetapkan, (Foster and Gardner 2022; Gunawan 2022). Meskipun produksi batu bata dilakukan dengan menggunakan tanah liat berkualitas tinggi, namun batu bata yang dihasilkan belum memenuhi standar kualitas

SNI (Standar Nasional Indonesia). Dimensi dan permukaan batu bata masih belum sesuai dengan standar yang ditetapkan, menyebabkan kendala dalam pemasaran dan bersaing di pasar. Hal ini membatasi potensi penjualan dan pertumbuhan usaha secara keseluruhan. Selain masalah kualitas produk, manajemen usaha yang masih bersifat kekeluargaan dan kurang profesional juga menjadi hambatan yang signifikan bagi Usaha Mitra. Manajemen usaha merupakan serangkaian kegiatan yang dilakukan untuk mengelola dan mengarahkan sumber daya yang tersedia di dalam suatu usaha atau organisasi guna mencapai tujuan yang telah ditetapkan (Rapini et al. 2020; Riyadi and Mujanah 2021). Ini melibatkan proses perencanaan, pengorganisasian, pengkoordinasian, pengarahan, dan pengendalian berbagai aspek operasional dan strategis dalam usaha (Rapini et al. 2020; Widyayanti 2022). Kurangnya pengetahuan tentang manajemen keuangan, pembuatan laporan keuangan yang akurat, dan strategi pemasaran yang efektif menghambat pengelolaan usaha secara efisien dan optimal. Dibutuhkan peningkatan kapasitas manajerial dan keterampilan pengelolaan usaha agar usaha dapat berkembang secara berkelanjutan.

Tantangan lainnya yang dihadapi Pengrajin Batu Bata Banyuasin adalah keterbatasan modal dan akses ke sumber daya finansial. Kurangnya modal membuat sulit bagi usaha ini untuk melakukan investasi dalam pengembangan teknologi, meningkatkan kapasitas produksi, dan melakukan diversifikasi produk. Kesulitan dalam mendapatkan akses ke pinjaman bank atau sumber pembiayaan lainnya juga membatasi kemampuan usaha untuk berkembang dan bersaing di pasar. Oleh karena itu, penanganan permasalahan ini menjadi krusial untuk meningkatkan daya saing dan keberlanjutan Pengrajin Batu Bata Banyuasin di masa mendatang.

Kegiatan Pengabdian Kepada Masyarakat "Transformasi Digital: Meningkatkan Efisiensi Produksi dan Pemasaran Melalui Implementasi Teknologi Informasi pada Sentra Pengrajin Batu Bata di Kabupaten Banyuasin" memiliki kaitan yang kuat dengan Merdeka Belajar Kampus Merdeka (MBKM) dan Indikator Kinerja Utama (IKU). Pada MBKM, kegiatan ini mendukung konsep MBKM dengan memberikan mahasiswa pengalaman praktis dalam menerapkan pengetahuan dan keterampilan yang mahasiswa pelajari di kampus dalam situasi nyata di lapangan. Mahasiswa terlibat langsung dalam pengembangan dan implementasi teknologi informasi untuk meningkatkan efisiensi produksi dan pemasaran pada sentra pengrajin batu bata di Kabupaten Banyuasin. Mahasiswa belajar secara mandiri dalam menyelesaikan masalah nyata yang dihadapi oleh masyarakat, yang sejalan dengan semangat MBKM yang menekankan pada kebebasan mahasiswa untuk merencanakan dan mengelola pembelajaran Pengrajin sendiri.

Selain itu, kegiatan ini juga terkait dengan IKU terkait pengembangan sumber daya manusia, peningkatan kualitas dan daya saing industri, serta pemberdayaan ekonomi masyarakat. Melalui pelaksanaan kegiatan ini, sumber daya manusia di sentra pengrajin batu bata ditingkatkan kompetensinya dalam pemanfaatan teknologi informasi untuk meningkatkan efisiensi produksi dan pemasaran (Hadiwijaya et al. 2024; Sari et al. 2023). Peningkatan kualitas produksi dan daya saing industri batu bata di Kabupaten Banyuasin juga dapat berkontribusi pada pencapaian IKU terkait pertumbuhan ekonomi dan daya saing industri secara keseluruhan.

Selain itu, pemberdayaan ekonomi masyarakat melalui peningkatan efisiensi produksi dan pemasaran juga sesuai dengan tujuan pemberdayaan masyarakat yang menjadi fokus utama dari kegiatan pengabdian kepada masyarakat. Dengan demikian, kegiatan PKM ini tidak hanya mendukung konsep MBKM dengan

memberikan pengalaman praktis kepada mahasiswa, tetapi juga berkontribusi pada pencapaian IKU terkait pengembangan sumber daya manusia, peningkatan kualitas dan daya saing industri, serta pemberdayaan ekonomi masyarakat.

### RUMUSAN MASALAH

Beberapa permasalahan yang dihadapi oleh pengrajin batu bata, diantaranya :

1. Kualitas produk yang masih tidak sesuai dengan SNI,
2. Kurang efektifnya pengelolaan manajemen usaha yang masih bersifat kekeluargaan dan kurang profesional,
3. Kurangnya pengetahuan tentang manajemen keuangan, pembuatan laporan keuangan yang akurat, dan strategi pemasaran yang efektif,
4. Keterbatasan modal dan akses ke sumber daya finansial.

### METODE

Kegiatan pengabdian kepada masyarakat ini menggunakan metode *Participatory Action Research* (PAR). Metode ini dipilih karena dalam kegiatan pengabdian ini bertujuan untuk peningkatan kapasitas dan pemberdayaan pengrajin batu bata dalam upaya mempertahankan atau melestarikan usaha pengrajin batu bata dan mengembangkan usaha agar dapat mencapai profit yang sesuai harapan.

Adapun tahapan dalam pelaksanaan kegiatan pengabdian guna menghasilkan solusi bagi permasalahan mitra, diantaranya:

1. Tahap Persiapan : Survei dan penilaian awal untuk mengidentifikasi kebutuhan spesifik pengrajin. Dan Penyusunan materi pelatihan dan program pendampingan.
2. Tahap Pelaksanaan : 1). Pelatihan literasi digital dan pendampingan teknis. 2). Implementasi *platform e-commerce* dan media sosial. 3). Pengembangan konten pemasaran dan

manajemen produksi digital.

3. Tahap Evaluasi dan Pengembangan : 1). Monitoring dan evaluasi berkala untuk mengukur keberhasilan dan dampak program. 2). Penyesuaian strategi dan rencana pengembangan lebih lanjut berdasarkan hasil evaluasi.

## HASIL DAN PEMBAHASAN

Kegiatan pengabdian ini berhasil mengidentifikasi kebutuhan spesifik pengrajin batu bata di Kabupaten Banyuasin terkait transformasi digital melalui survei dan penilaian awal. Dari survei yang dilakukan, ditemukan bahwa 80% pengrajin batu bata menyadari pentingnya digitalisasi, namun 70% di antaranya memiliki keterbatasan dalam pengetahuan dan keterampilan teknologi. Selain itu, infrastruktur yang tersedia masih terbatas, dengan 60% pengrajin belum memiliki akses internet yang stabil dan 50% tidak memiliki perangkat komputer. Berdasarkan temuan tersebut, disusunlah materi pelatihan yang meliputi literasi digital dasar, penggunaan *e-commerce*, media sosial, dan manajemen produksi digital, yang kemudian diimplementasikan melalui 10 sesi pelatihan literasi digital.



Gambar 2. Hasil Produksi UMKM Pengrajin Batu Bata Banyuasin

Pendampingan teknis dilakukan secara rutin selama dua bulan setelah pelatihan, menghasilkan peningkatan signifikan dalam keterampilan digital dasar. Implementasi *platform e-commerce* dan media sosial juga dilakukan dengan

membuat akun dan mengelola toko online di Tokopedia dan Shopee serta melatih pengrajin menggunakan Instagram dan Facebook untuk mempromosikan produk batu

bata.



Gambar 3. Evaluasi Kegiatan Pada Pengrajin Batu Bata Banyuasin

Evaluasi dilakukan setiap bulan melalui survei dan wawancara dengan indikator kinerja utama mencakup peningkatan penjualan, jumlah transaksi digital, dan peningkatan keterampilan digital. Hasilnya menunjukkan penjualan rata-rata pengrajin meningkat 25% setelah 3 bulan implementasi program, jumlah transaksi digital meningkat 40% dari bulan ke bulan, dan keterampilan digital pengrajin meningkat rata-rata 70% dari evaluasi awal.

Transformasi digital merupakan proses integrasi teknologi digital ke dalam semua aspek bisnis, yang merubah cara perusahaan beroperasi dan memberikan nilai kepada pelanggan (Hadiwijaya et al. 2023; Khan and Siddiqui 2023; Niu and Zhao 2023). Bagi UMKM, termasuk pengrajin batu bata di Kabupaten Banyuasin, transformasi digital tidak hanya meningkatkan efisiensi operasional tetapi juga membuka peluang baru dalam pemasaran dan penjualan produk (Apridonal, Mardalius, and Dristyan 2023; Hadiwijaya and Yustini 2023). Proses ini melibatkan perubahan cara kerja, penggunaan alat digital, dan pemanfaatan platform digital untuk mencapai keunggulan kompetitif.

Kesiapan digital pengrajin batu bata di Kabupaten Banyuasin menunjukkan gambaran yang kompleks. Walaupun banyak pengrajin menyadari pentingnya digitalisasi, mereka menghadapi berbagai tantangan dalam mengadopsi teknologi. Keterbatasan pengetahuan tentang teknologi digital, keterampilan yang tidak memadai dalam penggunaan perangkat komputer, serta infrastruktur

yang belum memadai menjadi kendala utama. Akses internet yang tidak stabil dan kekurangan perangkat digital adalah faktor-faktor yang memperlambat proses transformasi.

Implementasi strategi ini menunjukkan hasil yang positif. Peningkatan keterampilan digital, akses ke *platform e-commerce*, dan kemampuan dalam menggunakan media sosial membuka peluang baru bagi pengrajin untuk memperluas jangkauan pasar (Febrianty and Hadiwijaya 2019; Hadiwijaya and Prasetya 2023). Pelatihan dalam fotografi produk dan desain grafis meningkatkan kualitas konten pemasaran, sedangkan penggunaan *software* manajemen produksi meningkatkan efisiensi operasional. Data dari monitoring dan evaluasi menunjukkan peningkatan penjualan rata-rata sebesar 25% dan jumlah transaksi digital meningkat 40% dari bulan ke bulan. Keterampilan digital pengrajin juga meningkat rata-rata 70% setelah pelatihan.

### SIMPULAN

Kegiatan pengabdian ini berhasil meningkatkan kesiapan digital pengrajin batu bata di Kabupaten Banyuwangi melalui pelatihan dan pendampingan yang terstruktur. Peningkatan keterampilan digital, akses ke *platform e-commerce*, dan penggunaan media sosial telah membuka peluang baru bagi pengrajin untuk meningkatkan produktivitas, efisiensi, dan daya saing Pengrajin di pasar yang lebih luas. Hasil pengabdian ini menunjukkan bahwa dengan dukungan yang tepat, pengrajin UMKM dapat berhasil dalam proses transformasi digital dan mencapai keberlanjutan usaha yang lebih baik.

### UCAPAN TERIMA KASIH

Tim pelaksana Hibah Pengabdian kepada Masyarakat tahun anggaran 2024 mengucapkan terima kasih yang sebesar-besarnya kepada :

1. Kementerian Pendidikan, Kebudayaan, Riset, dan Teknologi melalui Direktorat Jenderal Pendidikan Tinggi, Riset, dan

Teknologi atas dukungannya baik dalam hal pendanaan maupun non materiil, sehingga kegiatan Pengabdian kepada Masyarakat (PkM) ini dapat terlaksana dengan lancar dan insyaAllah bermanfaat dan berkelanjutan.

2. Rektor dan Civitas akademika Institut Teknologi dan Bisnis PalComTech atas dukungan dan izin pelaksanaan kegiatan Pengabdian.
3. Panitia penyelenggara Seminar Nasional Corisindo tahun 2024 atas bantuannya untuk publikasi kegiatan Pengabdian ini.

### DAFTAR PUSTAKA

- Apridon, Yori, Mardalius Mardalius, and Febri Dristyan. 2023. "Optimalisasi E- Commerce Sebagai Strategi Bisnis Digital." *Journal Of Indonesian Social Society (JISS)* 1(2): 86–91.
- Febrianty, and H Hadiwijaya. 2019. *Optimalisasi Omset UKM Melalui Digital Marketing (1st Ed.)*. 1st ed. NEM.
- Foster, S Thomas, and John W Gardner. 2022. *Managing Quality: Integrating the Supply Chain*. John Wiley & Sons.
- Gunawan, Ian. 2022. "Customer Loyalty: The Effect Customer Satisfaction, Experiential Marketing and Product Quality." *KINERJA: Jurnal Manajemen Organisasi dan Industri* 1(1): 35–50.
- Hadiwijaya, Hendra et al. 2023. "Transformasi Digital Di Industri Kerajinan: Pendekatan Praktis Dedy Gerabah Melalui Adopsi E-Katalog." *Jurnal Pengabdian Masyarakat Bangsa* 1(10): 2487–92.
- . 2024. "Memperkuat Ketahanan Usaha Kerajinan Gerabah Di Era Digital: Adopsi E-Commerce Dan Strategi Pemasaran Online Pada Dedy Gerabah." *Bulletin of Community Service in Information*

- System (BECERIS)* 2(2): 82–92.
- Hadiwijaya, Hendra, and Didiek Prasetya. 2023. “Meningkatkan Kualitas Produk Dan Daya Saing Melalui Inovasi Dan Pemasaran Digital Pada Pengrajin Sangkar Burung Di Palembang.” *Jurnal Pengabdian Masyarakat Bangsa* 1(5): 289–95.
- Hadiwijaya, Hendra, and Tien Yustini. 2023. “Analysis of Consumer Preferences towards Digital Marketing and Its Implications on the Competitive Advantage of SMEs in Banyuwangi Regency.” *Annals of Human Resource Management Research* 3(2): 83–96.
- Khan, Fawad, and Kamran Siddiqui. 2023. “The Importance of Digital Marketing. An Exploratory Study to Find the Perception and Effectiveness of Digital Marketing amongst the Marketing Professionals in Pakistan.”
- Kumbara, Vicky Brama. 2021. “Determinasi Nilai Pelanggan Dan Keputusan Pembelian: Analisis Kualitas Produk, Desain Produk Dan Endorse.” *Jurnal Ilmu Manajemen Terapan* 2(5): 604–30.
- Niu, Boying, and Jiayi Zhao. 2023. “E Commerce Industry: A Comprehensive Analysis of Its Competitive Advantages.” *Highlights in Business, Economics and Management* 15: 93–98.
- Rapini, Titi, Naning Kristiyana, Adi Santoso, and Fery Setyawan. 2020. “Strategi Pengembangan Produk Jipang Berbasis Pelatihan Manajemen Usaha Dan Pemasaran Yang Kreatif.” *Masyarakat Berdaya Dan Inovasi* 1(1): 12–18.
- Riyadi, Nugroho, and Siti Mujanah. 2021. “Strategi Pemasaran Dan Pendampingan Manajemen Usaha Kelompok Usaha Kecil Kerupuk Di Kenjeran Kota Surabaya.” *Jurnal Ilmiah Abdi Mas TPB Unram* 3(1).
- Sari, Ovi Hamidah et al. 2023. *DIGITAL MARKETING: Optimalisasi Strategi Pemasaran Digital*. PT. Sonpedia Publishing Indonesia.
- Sinurat, Mangasi et al. 2021. “Product Quality On Consumer Purchase Interest With Customer Satisfaction As A Variable Intervening In Black Online Store High Click Market: Case Study on Customers of the Tebing Tinggi Black Market Online Store.” *Morfai Journal* 1(1): 13–21.
- Widyayanti, Evi Rosalina. 2022. “Pelatihan Manajemen Usaha: Pencatatan Keuangan Usaha Menggunakan Aplikasi Keuangan Digital.” *JCSE: Journal of Community Service and Empowerment* 3(1): 1–10.