

## **Pendampingan Pelatihan Electronic Supply Chain Pada Pengelolaan Management UMKM Mart Makmur di Kabupaten Lamongan**

**Erna Kristiana Dewi**

Universitas Jember

Email: [erna\\_dewi39@gmail.com](mailto:erna_dewi39@gmail.com)

### **Abstract**

The issues identified by researchers in the survey and direct interviews with members of the Micro, Small, and Medium Enterprises Communication Forum (Forkom UMKM) in Lamongan Regency include not only the need for increased online marketing but also the urgency of improving the packaging of food and beverage products produced by them. This community service aims to assist UMKM partners in enhancing the production and marketing processes through the implementation of e-SCM applications and digital marketing strategies. The method employed in this community service is Participatory Action Research (PAR). This method is effective because it focuses on UMKM actors, addresses issues optimally, and encourages active participation from them. The implementation of community service involves socialization, training, technology application, monitoring, evaluation, and follow-up. The use of E-SCM applications is highly beneficial, especially in overcoming raw material constraints. UMKM actors can obtain direct information from suppliers and synchronize marketing on platforms such as Facebook, Shopee, and Tokopedia. Despite challenges such as time constraints, lack of attractive product photos, and technological understanding, partners are expected to continuously improve their digital business skills. In addition to E-SCM, exploring similar platforms is crucial for marketing and management. Government support is also necessary to enable UMKM products to be distributed online.

**Keywords:** Electronic Supply Chain, Management, UMKM

### **Abstrak**

Masalah yang ditemukan oleh peneliti dalam survei dan wawancara langsung dengan anggota kelompok Forum Komunikasi UMKM (Forkom UMKM) di Kabupaten Lamongan adalah selain peningkatan pemasaran melalui internet juga mengenai urgensi perbaikan pada kemasan produk-produk makanan dan minuman yang dihasilkan oleh mereka. Pengabdian kepada masyarakat ini bertujuan untuk membantu mitra UMKM dalam meningkatkan proses produksi dan pemasaran melalui penerapan aplikasi e-SCM dan strategi pemasaran digital. Metode yang digunakan dalam pengabdian ini adalah Participatory Action Research (PAR). Metode ini efektif karena berfokus pada pelaku UMKM, mengatasi permasalahan dengan optimal, dan mendorong partisipasi aktif dari mereka. pelaksanaan pengabdian melibatkan sosialisasi, pelatihan, penerapan teknologi, monitoring, evaluasi, dan tindak lanjut. Penggunaan aplikasi E-SCM sangat bermanfaat, terutama dalam mengatasi kendala bahan baku. Pelaku UMKM bisa mendapatkan info langsung dari pemasok dan menyinkronkan pemasaran dengan platform seperti Facebook, Shopee, dan Tokopedia. Meski ada kendala waktu, kurangnya foto menarik produk, dan pemahaman teknologi, mitra

diharapkan terus tingkatkan keterampilan di bisnis digital. Selain E-SCM, eksplorasi platform serupa penting untuk pemasaran dan manajemen. Dukungan pemerintah juga perlu agar produk UMKM bisa didistribusikan secara online.

**Kata Kunci:** Elektronik Supply Chain, management, umkm.

## Pendahuluan

Revolusi industri 4.0 dan era society 5.0 telah memberikan dampak signifikan bagi sektor industri, terutama dalam lingkup Usaha Mikro Kecil Menengah (UMKM). Peran UMKM dalam perekonomian Kabupaten Lamongan sangat penting, dan perkembangan teknologi turut mendukung ekosistem ini. Namun, pelaku UMKM menghadapi sejumlah tantangan dalam mendapatkan bahan baku, pemasaran, dan pengelolaan keuangan. Berdasarkan hasil penelitian dan permasalahan yang diidentifikasi, pengabdian kepada masyarakat ini bertujuan untuk memberikan solusi yang relevan. Pengabdian ini merupakan perpanjangan dari penelitian unggulan Tim Pengabdian pada tahun 2019 yang berkaitan dengan pemetaan UMKM di Kabupaten Lamongan. Pada penelitian tersebut, UMKM telah diklasifikasikan menjadi enam klaster dengan tujuan untuk memahami dan mendukung kemajuan industri tersebut. Dalam konteks ini, kelompok UMKM Mart makmur Lamongan yang dipimpin oleh Ibu Tri Rusminingsih memiliki peran penting sebagai komunitas bisnis yang mewadahi lebih dari 80.000 pengusaha dari berbagai sektor, seperti kuliner, fashion, jasa pengiriman, dan lainnya. Beberapa tantangan yang dihadapi oleh pelaku UMKM adalah keterbatasan akses bahan baku, interaksi terbatas dengan pemasok dan pelanggan, serta belum adanya pemasaran berbasis internet (internet marketing). Selain itu, pandemi COVID-19 juga mendorong UMKM untuk beradaptasi dengan model pemasaran online. Oleh karena itu, perlu adanya solusi yang mengintegrasikan teknologi dalam pemasaran dan manajemen rantai pasok.<sup>1</sup>

Solusi yang diusulkan adalah penerapan Electronic Supply Chain Management (E-SCM) yang akan membantu pelaku UMKM dalam memperoleh bahan baku, memfasilitasi interaksi dengan pemasok dan pelanggan secara efisien, serta memungkinkan pemasaran secara lebih efektif melalui internet marketing. Dengan penggunaan E-SCM, pelaku UMKM diharapkan dapat lebih terhubung dengan mitra kerja dan pelanggan, sehingga memperbaiki efisiensi pemasaran produk. Pendekatan ini juga telah terbukti berhasil dalam kasus pelaku usaha Tenun Troso yang menggunakan E-SCM untuk monitoring pemasok dan distributor.

Selain itu masalah yang ditemukan oleh peneliti dalam survei dan wawancara langsung dengan anggota kelompok Forum Komunikasi UMKM (Forkom UMKM) di Kabupaten Lamongan adalah selain peningkatan pemasaran melalui internet juga mengenai urgensi perbaikan pada kemasan produk-produk makanan dan minuman yang dihasilkan oleh mereka. Meskipun produk-produk ini telah memiliki rasa yang

---

<sup>1</sup> Novi Febriyanti dkk., "OPTIMALISASI DIGITAL MARKETING PASCA PANDEMI COVID-19 PADA PELAKU UMKM KAWASAN WISATA UNIT BANJARAN YOGYAKARTA," *As-Sidanah: Jurnal Pengabdian Masyarakat* 5, no. 1 (30 April 2023): 205, <https://doi.org/10.35316/assidanah.v5i1.188-201>.

sangat enak dan layak untuk dijual, namun mereka masih mengemasnya dengan plastik bening dan mika, kemudian mengikatnya dengan karet atau menjepitnya. Selain itu, label atau logo yang ditempatkan pada kemasan juga terkesan sederhana dan kurang profesional. Akibatnya, produk-produk ini jauh dari kesan menarik jika dibandingkan dengan produk modern yang memiliki kemasan yang lebih kontemporer, warna yang modern, dan menunjukkan keaslian serta kualitasnya. Para anggota UMKM di Kabupaten Lamongan masih merasa enggan dan mengalami kesulitan dalam melakukan perbaikan pada kemasan produk secara profesional untuk meningkatkan nilai jual produk mereka.<sup>2</sup>

Pentingnya internet marketing juga terlihat dari peningkatan jumlah pengguna internet di Indonesia yang mencapai 196,71 juta orang pada tahun 2020. Oleh karena itu, pelatihan internet marketing juga menjadi bagian dari solusi yang ditawarkan. Dengan demikian, pengabdian ini bertujuan untuk mengatasi masalah-masalah yang dihadapi oleh UMKM melalui pemanfaatan teknologi, terutama dalam hal pemasaran dan manajemen rantai pasok, agar UMKM dapat tumbuh dan berkembang di era digital ini. Pandangan tentang pelatihan ini lebih pada, **Peningkatan Pengguna Internet di Indonesia:** Jumlah pengguna internet yang semakin meningkat di Indonesia, mencapai 196,71 juta orang pada tahun 2020, mencerminkan adopsi yang luas terhadap teknologi digital di masyarakat. Ini menunjukkan betapa signifikannya peran internet dalam membentuk perilaku dan pola konsumsi. **Pelatihan Internet Marketing sebagai Solusi:** Karena pertumbuhan pesat internet, pelatihan internet marketing menjadi semakin relevan. Internet marketing melibatkan pemanfaatan berbagai platform dan alat online untuk memasarkan produk atau layanan kepada calon pelanggan. Dalam konteks ini, pelatihan internet marketing dianggap sebagai bagian dari solusi untuk membantu UMKM mengatasi tantangan pemasaran tradisional dan memanfaatkan potensi besar yang ditawarkan oleh pasar digital. **Tujuan Pengabdian:** Kalimat tersebut juga menyoroti tujuan dari pengabdian atau upaya yang dilakukan. Tujuannya adalah untuk membantu mengatasi masalah-masalah yang dihadapi oleh UMKM. Ini termasuk masalah dalam bidang pemasaran dan manajemen rantai pasok. Melalui pemanfaatan teknologi, terutama internet marketing, diharapkan UMKM dapat lebih efektif memasarkan produk mereka kepada khalayak yang lebih luas dan juga mengelola rantai pasok dengan lebih efisien. **Meningkatkan Pertumbuhan UMKM:** Penggunaan teknologi digital, seperti internet marketing, diharapkan dapat memberikan dorongan signifikan terhadap pertumbuhan dan perkembangan UMKM. Dengan memiliki akses ke metode pemasaran yang lebih canggih dan

---

<sup>2</sup> Bahri Bahri, Niken Permata Sari, dan Fikri Alamsyah, "PELATIHAN DESAIN KEMASAN (PACKAGING) DAN DIGITAL MARKETING DALAM MENINGKATKAN PENJUALAN PRODUK UMKM KAPANEWON TURI," *As-Sidanah : Jurnal Pengabdian Masyarakat* 5, no. 1 (15 April 2023): 20, <https://doi.org/10.35316/assidanah.v5i1.15-31>.

efisien, UMKM dapat meningkatkan visibilitas produk mereka, menjangkau konsumen baru, dan meningkatkan penjualan.<sup>3</sup>

Gambaran permasalahan dan solusi yang ditawarkan pada pengabdian kepada masyarakat ini ada sebagaimana Tabel 1

**Tabel 1.** Gambaran Permasalahan

<b>Permasalahan</b>	<b>Solusi</b>
1. Pelaku UMKM kesulitan dalam mendapatkan bahan baku dikarenakan bahan baku diambil dari reseller yang dikenal saja tanpa bisa mendapatkan informasi langsung menuju kepada pemasok bahan baku	Pelatihan dan Pendampingan Aplikasi Electronic Supply Chain Management (e-SCM) Pelatihan Internet Marketing untuk UMKM
2. Pemasaran masih menggunakan metode “dari mulut ke mulut” dan google form	Pelatihan pengelolaan manajemen untuk UMKM Mandiri
3. Kesulitan dalam pengelolaan manajemen keuangan untuk keberlangsungan usahanya	

Sumber: Observasi peneliti

meningkatkan keterampilan mitra dalam melaksanakan aktivitas pemasaran dan manajemen keuangan dengan lebih baik. Melalui pelatihan dan pendampingan, mitra akan diberikan wawasan praktis tentang bagaimana melaksanakan taktik pemasaran yang efektif dan mengelola aspek keuangan bisnis mereka. Keterampilan ini mencakup kemampuan dalam merancang kampanye pemasaran, berinteraksi dengan pelanggan melalui platform digital, serta mengelola arus kas dan anggaran dengan tepat.

Secara keseluruhan, tujuan dari pengabdian ini adalah untuk memberikan bantuan praktis kepada mitra dalam menghadapi tantangan operasional dan pengelolaan dalam era digital. Melalui penerapan teknologi, pengetahuan, dan keterampilan yang diberikan, mitra diharapkan dapat mengoptimalkan proses produksi, memperluas pasar melalui strategi pemasaran digital, dan mengelola keuangan dengan lebih bijaksana.

Mengacu pada uraian masalah dan literatur sebelumnya, pengabdian kepada masyarakat ini memiliki tujuan untuk membantu mitra dalam proses produksi dan pemasaran melalui penerapan aplikasi e-SCM dan optimalisasi melalui strategi

<sup>3</sup> Sariyun Naja Anwar, “Perancangan Dan Imple-Mentasi Aplikasi Mobile Semarang Guidance Pada Android,” *Jurnal Dinamika Informatika* 5, no. 2 (9 Desember 2015): 36, <https://doi.org/10.35315/informatika.v5i2.3790>.

pemasaran digital. Memberikan pengetahuan tentang pemasaran dan pengelolaan keuangan kepada mitra. Meningkatkan keterampilan mitra dalam bidang pemasaran dan manajemen keuangan. Tujuan ini mencakup upaya untuk membantu mitra dalam meningkatkan efisiensi dan efektivitas proses produksi dan pemasaran melalui penggunaan aplikasi e-SCM. Electronic Supply Chain Management adalah pendekatan manajemen rantai pasok yang menggunakan teknologi digital untuk mengelola aliran barang, informasi, dan dana secara terintegrasi. Selain itu, tujuan ini juga mencakup penggunaan strategi pemasaran digital untuk meningkatkan visibilitas dan daya jangkau produk atau layanan melalui platform digital. pengabdian kepada masyarakat bertujuan untuk memberikan pengetahuan yang berkaitan dengan bidang pemasaran, termasuk cara memasarkan produk atau layanan dengan lebih efektif. Selain itu, juga mencakup pemberian pengetahuan mengenai pengelolaan keuangan yang baik dan berkelanjutan kepada mitra. Dan pengabdian kepada masyarakat bertujuan untuk memberikan pengetahuan yang berkaitan dengan bidang pemasaran, termasuk cara memasarkan produk atau layanan dengan lebih efektif. Selain itu, juga mencakup pemberian pengetahuan mengenai pengelolaan keuangan yang baik dan berkelanjutan kepada mitra.

Dengan merujuk pada eksposisi masalah dan telaah literatur sebelumnya, tujuan dari pengabdian kepada masyarakat ini adalah sebagai berikut: 1) Memfasilitasi mitra agar mampu menjalankan proses produksi dan pemasaran dengan lebih mudah melalui penerapan aplikasi e-SCM dan optimalisasi melalui strategi pemasaran digital, 2) Memberikan pengetahuan kepada mitra mengenai konsep pemasaran dan pengelolaan keuangan, serta 3) Meningkatkan keterampilan mitra dalam melakukan aktivitas pemasaran dan manajemen keuangan.<sup>4</sup>

## Metode Pengabdian

Metode yang diterapkan dalam pelaksanaan pengabdian kepada masyarakat dalam penelitian ini adalah Participatory Action Research (PAR), metode PAR dianggap lebih efektif karena mengarahkan fokus pada pelaku UMKM, sehingga mampu secara optimal mengatasi permasalahan yang ada dan mendorong partisipasi aktif dari pelaku UMKM. Tim Pengabdian langsung terlibat dalam menganalisis situasi mitra, mengidentifikasi masalah bersama mitra, berkolaborasi dalam diskusi, serta menawarkan solusi alternatif yang didorong oleh mitra itu sendiri. Pada akhirnya, solusi tersebut memberikan manfaat yang nyata bagi mitra.<sup>5</sup> Dalam konteks ini, mitra yang dilibatkan dalam kegiatan pengabdian kepada masyarakat adalah Paguyuban

---

<sup>4</sup> Wayan Eny Mariani dan I. Gede Totok Suryawan, "PENINGKATAN KAPASITAS KELOMPOK SADAR WISATA MELALUI PEMANFAATAN TEKNOLOGI INFORMASI DAN PELATIHAN MANAJEMEN KEUANGAN," *Seminar Nasional Aplikasi Iptek (SINAPTEK)* 1 (13 Desember 2018): 109, <https://doi.org/10.36002/sptk.voio.465>.

<sup>5</sup> M. Zainor Ridho, "SIGNIFIKANSI METODE (PAR) DALAM PEMBERDAYAAN EKONOMI UMAT (BAZDA Kabupaten Serang)," *Dedikasi: Jurnal Pengabdian Masyarakat* 13, no. 1 (2020): 36.

UMKM Mart makmur Lamongan. Sedangkan sasaran kegiatan sesuai dengan Tabel 1 dan solusi atas permasalahan mitra sesuai Tabel 2

**Tabel 2. Solusi Permasalahan**

<b>Permasalahan</b>	<b>Solusi</b>
1. Bahan Baku	Menjalin kemitraan dengan toko yang mendukung untuk peyediaan bahan baku yang akan dimasukkan ke aplikasi e-SCM
2. Pemasaran	Untuk pemasaran menggunakan e-SCM dan dioptimasi dengan menggunakan aplikasi Facebook,Shopee, Tokopedia, Instagram, dan WA Business
3. Manajemen	
4. SDM	Mengadakan pelatihan tentang pengelolaan keuangan mitra untuk keberlangsungan usahanya SDM Mengadakan workshop dan pendampingan penggunaan e-SCM, pemasaran melalui media sosial dan marketpace, startegi dalam menjalankan bisnis

Sumber: Analisis penulis

Tahapan-tahapan yang dilakukan dalam pengabdian ini adalah:

1. Sosialisasi Program. Kegiatan ini bertujuan untuk mengenalkan program pengabdian kepada anggota Paguyuban UMKM Mart makmur Lamongan.
2. Pelatihan Penggunaan Aplikasi E-SCM. Tahap pertama adalah pelatihan tentang aplikasi E-SCM dan panduan praktis dalam menggunakannya bagi mitra di Paguyuban UMKM Mart makmur Lamongan.
3. Pelatihan Internet Marketing. Kegiatan ini menggabungkan penggunaan aplikasi E-SCM dengan platform jejaring dan bisnis online yang populer seperti Facebook, Instagram, Shopee, Tokopedia, dan WhatsApp.
4. Pelatihan Pengelolaan Manajemen Keuangan Mitra. Fokus pada konsep, tips, dan trik pengelolaan keuangan bagi mitra agar usaha mereka berkelanjutan.
5. Penerapan Teknologi. Pada tahap ini, mitra Paguyuban UMKM Mart makmur Lamongan mulai menerapkan aplikasi E-SCM dengan membuat akun, mengunggah foto produk, menambah deskripsi, mengatur metode pembayaran, serta menyelesaikan transaksi melalui platform Shopee, Tokopedia, dan WhatsApp.
6. Pendampingan. Setelah mitra berhasil mengadopsi aplikasi E-SCM, Tim Pengabdian terus memberikan bimbingan agar program berjalan sesuai harapan.

7. Keberlanjutan. Pada tahap ini, mitra diberi kesempatan untuk menerapkan E-SCM dalam bisnis masing-masing. Jangka panjangnya, mitra dapat berbagi aplikasi E-SCM kepada UMKM di luar Paguyuban Mart makmur Lamongan. Detail alur metode pelaksanaan pengabdian secara rinci terlihat pada Gambar 1 di bawah ini:

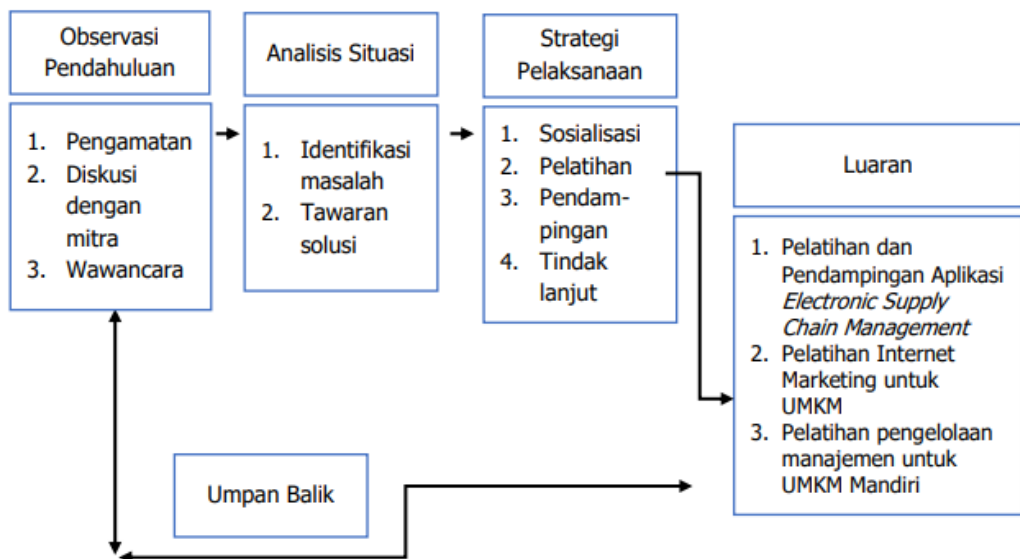
Metode Penelitian PAR (Participatory Action Research) adalah pendekatan penelitian yang melibatkan partisipasi aktif dari individu atau kelompok yang menjadi subjek penelitian dalam seluruh proses penelitian. Tujuan utama dari metode ini adalah untuk menghasilkan perubahan positif dalam konteks yang diteliti melalui kolaborasi antara peneliti dan peserta penelitian. Metode PAR memiliki fokus yang kuat pada pemecahan masalah dan perbaikan situasi yang diteliti, serta memberikan suara kepada mereka yang terlibat dalam masalah tersebut. **Identifikasi Isu atau Masalah:** Langkah awal adalah mengidentifikasi isu atau masalah yang ingin diteliti. Biasanya isu ini muncul dari komunitas atau kelompok yang terlibat dalam penelitian. **Partisipasi Aktif:** Peserta penelitian, yang juga bisa menjadi subjek penelitian, terlibat secara aktif dalam seluruh proses penelitian. Mereka berkontribusi dalam merencanakan, melaksanakan, dan menganalisis penelitian. **Perencanaan Bersama:** Peserta penelitian bekerja sama dengan peneliti dalam merencanakan penelitian. Ini termasuk merumuskan pertanyaan penelitian, metode yang akan digunakan, serta cara mengumpulkan dan menganalisis data. **Implementasi Tindakan:** Setelah perencanaan, tindakan atau intervensi dilakukan untuk mencoba mengatasi masalah yang ada. Tindakan ini bisa berupa perubahan kebijakan, program intervensi, atau langkah-langkah konkrit lainnya. **Pengumpulan Data:** Data dikumpulkan selama dan setelah implementasi tindakan. Data ini bisa berupa observasi, wawancara, survei, atau berbagai jenis informasi yang relevan dengan isu yang diteliti. **Pengumpulan Data:** Data dikumpulkan selama dan setelah implementasi tindakan. Data ini bisa berupa observasi, wawancara, survei, atau berbagai jenis informasi yang relevan dengan isu yang diteliti. **Analisis dan Evaluasi:** Data dianalisis secara kolaboratif untuk mengevaluasi hasil tindakan yang telah diambil. Apakah tujuan telah tercapai? Apa saja pembelajaran yang dapat diambil. **Siklus Berkelanjutan:** Jika diperlukan, siklus tindakan, refleksi, dan evaluasi dapat diulang beberapa kali untuk terus memperbaiki situasi yang diteliti. Keuntungan utama dari metode Penelitian PAR adalah bahwa ia mendorong pemberdayaan peserta penelitian dan partisipasi aktif mereka dalam mengatasi masalah mereka sendiri. Namun, metode ini juga memiliki beberapa tantangan, seperti kompleksitas dalam mengintegrasikan berbagai sudut pandang dan tingkat keterlibatan yang tinggi dari semua pihak yang terlibat.

Pada kegiatan ini yaitu tahapan dalam pelaksanaan kegiatan pengabdian, mulai dari hasil penelitian hingga analisis situasi pada mitra, yang meliputi kondisi mitra, permasalahan yang dihadapi, serta solusi yang diajukan. Setelah solusi ditemukan, langkah berikutnya adalah merancang strategi pelaksanaan melalui tahap sosialisasi, pelatihan, pendampingan, dan tindak lanjut. Hasil akhir dari kegiatan ini mencakup pelatihan dan pendampingan dalam menggunakan aplikasi E-SCM,

pelatihan internet marketing untuk UMKM, serta pelatihan manajemen untuk UMKM Mandiri. Proses ini juga memerlukan umpan balik dari mitra.

Dalam rangka meningkatkan pemberdayaan mitra, fokus pada peningkatan pengetahuan dan keterampilan melalui pelatihan dan pendampingan. Sebelum pelaksanaan pelatihan dimulai, pada tanggal 22 Desember 2021, Tim Pengabdian menyelenggarakan sosialisasi kepada mitra, diwakili oleh Ibu Tri Rusminingsih (lihat Gambar 1). Respon yang diterima dari Paguyuban UMKM Mart makmur Lamongan sangat positif dan mendukung pelaksanaan kegiatan ini.<sup>6</sup>

Dari hasil identifikasi permasalahan yang dihadapi oleh mitra pengabdian, dilakukan rangkaian kegiatan meliputi pelatihan, pendampingan, penerapan teknologi, pemantauan, dan evaluasi. Berikut adalah deskripsi mengenai pelatihan dan pendampingan yang telah dilakukan.



Gambar 1. Langkah pelaksanaan pengabdian

Gambar 1 menampilkan urutan langkah dalam pelaksanaan kegiatan pengabdian dimulai dari tahap hasil penelitian, kemudian dilakukan analisis situasi pada mitra yang meliputi kondisi mitra, permasalahan yang ada, serta solusi yang diajukan. Setelah solusi ditemukan, langkah berikutnya adalah merancang strategi pelaksanaan yang mencakup tahap sosialisasi, pelatihan, pendampingan, dan tindak lanjut. Hasil akhir dari kegiatan ini mencakup pelatihan dan pendampingan dalam menggunakan aplikasi E-SCM, pelatihan internet marketing untuk UMKM, serta

<sup>6</sup> Zulkarnen Mora, Makhroji Makhroji, dan Maulana Rahman, "PEMBERDAYAAN MANAJEMEN USAHA BENEFICIARIS MELALUI SOCIAL PRENEURSHIP," *Martabe: Jurnal Pengabdian Kepada Masyarakat* 5, no. 10 (10 November 2022): 61, <https://doi.org/10.31604/jpm.v5i10.3565-3575>.



pelatihan manajemen bagi UMKM Mandiri. Selama pelaksanaan, umpan balik dari mitra juga diharapkan untuk memperkaya pengalaman.

Dalam upaya meningkatkan pemberdayaan mitra, pendekatan ini melibatkan peningkatan pengetahuan dan keterampilan melalui kegiatan pelatihan dan pendampingan. Sebelum pelatihan dimulai, pada tanggal 22 Desember 2021, Tim Pengabdian telah melakukan sosialisasi kepada mitra. Respon yang diterima dari Paguyuban UMKM Mart makmur Lamongan sangat positif dan mendukung pelaksanaan kegiatan ini.

Dari hasil identifikasi masalah yang dihadapi oleh mitra, serangkaian kegiatan dilakukan, termasuk pelatihan, pendampingan, penerapan teknologi, pemantauan, dan evaluasi. Dalam hal pelatihan dan pendampingan, pada tanggal 23 Desember 2021, dihadiri oleh perwakilan Paguyuban UMKM Mart Mandiri, sebanyak 30 orang (lihat Gambar 2). Narasumber dari kegiatan ini adalah Bapak Fatchur Rohman, SE. M.Pd. M.Si., CADE., CAAT. Beliau menyatakan bahwa perkembangan teknologi dan era revolusi industri 4.0 serta society 5.0 mendorong pelaku UMKM untuk memiliki pemahaman digital yang lebih baik. Ini dapat membantu mereka bertransisi dari model bisnis manual ke bisnis digital, yang memiliki dampak signifikan terutama dalam menjaga keberlanjutan bisnis selama pandemi Covid-19. Respon yang positif dari peserta UMKM menunjukkan keinginan serius dalam mengembangkan UMKM berbasis digital, dengan 17 dari 21 responden (80,9%) menunjukkan minat yang kuat. Hanya 4 orang (19%) yang tidak berminat. Oleh karena itu, tim pengusul memperkenalkan aplikasi e-SCM sebagai pengganti aplikasi google form yang sebelumnya digunakan oleh mitra pengabdian.

Setelah pelatihan internet marketing selesai, fokus dilanjutkan dengan pelatihan pengelolaan manajemen keuangan yang sederhana. Pelatihan ini dimaksudkan untuk memberikan dukungan sumber daya manusia bagi para pelaku bisnis di Paguyuban UMKM Mart makmur Lamongan. Narasumber yang terlibat dalam pelatihan ini adalah Yanto, SE., M.S.I. Selanjutnya, tahap penerapan teknologi menjadi agenda berikutnya. Tujuan dari kegiatan ini adalah memberikan panduan teknis kepada mitra yang didampingi oleh tim ahli, yang dalam hal ini adalah Noor Azizah, M.Kom. Kegiatan ini dilaksanakan pada tanggal 24 Desember 2021 dan berlangsung di gallery Paguyuban UMKM Mart makmur Lamongan. Hasil dari evaluasi dan pemantauan selama kegiatan pengabdian kepada masyarakat diukur menggunakan kuesioner. Kuesioner ini digunakan untuk melihat kondisi awal mitra terkait pengalaman mereka dalam berbisnis dengan penggunaan internet marketing dan aplikasi E-SCM. Bagian pertama dari evaluasi ini adalah pra-kegiatan.

Platform digital yang digunakan oleh mitra

Dampak ekonomi dan sosial dari pelaksanaan kegiatan pengabdian ini memiliki pengaruh yang signifikan terhadap mitra di bidang ekonomi dan sosial. Efek dari program ini terlihat dari peningkatan yang terjadi sebelum dan setelah pelaksanaan.

Hasil konkret yang terjadi setelah pelaksanaan program pengabdian. Secara ekonomi, mitra mengalami peningkatan dalam hal pendapatan dan stabilitas keuangan. Sebelumnya, mereka mungkin mengalami kesulitan dalam memperoleh bahan baku dan mengelola pemasaran produk. Namun, dengan adopsi aplikasi E-SCM dan peningkatan pengetahuan dalam pemasaran digital, mitra dapat mengoptimalkan rantai pasok dan menghubungkan langsung dengan pemasok bahan baku. Ini mengakibatkan peningkatan efisiensi operasional dan meningkatnya akses terhadap pasar yang lebih luas melalui platform online.

Dampak sosialnya juga terlihat melalui peningkatan keterampilan dan pemahaman mitra terkait teknologi. Sebelumnya, mitra mungkin terbatas pada penggunaan platform-media sosial umum seperti Facebook dan Shopee. Namun, setelah program pengabdian, mereka berhasil memanfaatkan aplikasi E-SCM yang lebih khusus untuk memasarkan produk mereka. Ini membantu meningkatkan kepercayaan diri mereka dalam beradaptasi dengan teknologi baru dan meningkatkan visibilitas produk secara online.

Selain itu, adanya pendampingan dan pelatihan dari Tim Pengabdian juga dapat memperkuat hubungan antara mitra dan kelompok pengabdian. Kolaborasi ini mendorong terbentuknya jaringan yang lebih kuat antara mitra dan pemangku kepentingan lainnya. Hal ini tidak hanya memberikan manfaat dalam hal peningkatan penjualan, tetapi juga berdampak positif pada hubungan sosial dan kemitraan di komunitas setempat.

Secara keseluruhan, pelaksanaan program pengabdian ini memiliki dampak yang signifikan dalam meningkatkan aspek ekonomi dan sosial mitra. Peningkatan pendapatan, efisiensi operasional, keterampilan teknologi, dan hubungan sosial yang diperoleh dari program ini memiliki potensi untuk berkelanjutan dan berdampak positif dalam jangka panjang.

**Tabel 3.** Peningkatan Setelah Pelaksanaan Pengabdian

No	Aspek Ekonomi dan Sosial	Sebelum Pelaksanaan PPM	Setelah Pelaksanaan PPM	Peningkatan (%)
1	Peningkatan pengetahuan mitra tentang e-SCM	Ada berupa google form	Ada aplikasi e-scm berbasis web, facebook, shopee, e-SCM	78
2	Peningkatan Ketrampilan Mitra	Bisa hanya Facebook, Shopee		134

Dari Tabel di atas, Pengetahuan mitra tentang E-SCM mengalami lonjakan signifikan sebesar 78%. Hal ini diukur melalui evaluasi instrumen angket yang diberikan oleh Tim Pengabdian terkait penggunaan aplikasi digital. Sebelum pelaksanaan program pengabdian, mitra hanya terbatas pada aplikasi Google Form, namun setelah melalui rangkaian kegiatan PkM, mitra berhasil mengadopsi aplikasi E-SCM berbasis situs web. Peningkatan kemampuan mitra dalam memanfaatkan

teknologi digital juga sangat mencolok, meningkat sekitar 134%. Hasil ini didasarkan pada analisis dari angket yang diberikan oleh Tim Pengabdian kepada mitra. Sebelum program dimulai, mitra hanya menggunakan aplikasi Facebook dan Shopee. Tetapi setelah mengikuti program pengabdian, mitra berhasil menambahkan aplikasi E-SCM ke dalam alat pemasaran produk mereka.

## Kesimpulan

Penggunaan aplikasi E-SCM sangat bermanfaat, terutama dalam mengatasi kendala bahan baku. Pelaku UMKM bisa mendapatkan info langsung dari pemasok dan menyinkronkan pemasaran dengan platform seperti Facebook, Shopee, dan Tokopedia. Meski ada kendala waktu, kurangnya foto menarik produk, dan pemahaman teknologi, mitra diharapkan terus tingkatkan keterampilan di bisnis digital. Selain E-SCM, eksplorasi platform serupa penting untuk pemasaran dan manajemen. Dukungan pemerintah juga perlu agar produk UMKM bisa didistribusikan secara online.

## Daftar Pustaka

- Anwar, Sariyun Naja. "Perancangan Dan Imple-Mentasi Aplikasi Mobile Semarang Guidance Pada Android." *Jurnal Dinamika Informatika* 5, no. 2 (9 Desember 2015). <https://doi.org/10.35315/informatika.v5i2.3790>.
- Bahri, Bahri, Niken Permata Sari, dan Fikri Alamsyah. "PELATIHAN DESAIN KEMASAN (PACKAGING) DAN DIGITAL MARKETING DALAM MENINGKATKAN PENJUALAN PRODUK UMKM KAPANEWON TURI." *As-Sidanah : Jurnal Pengabdian Masyarakat* 5, no. 1 (15 April 2023): 15–31. <https://doi.org/10.35316/assidanah.v5i1.15-31>.
- Febriyanti, Novi, Nuriya Luthfiana, Nurlaili Rohmah, Siti Solehah, Rofiq Burhannudin, Nadya Safia Bilqis, Ardhani Prakoso, dkk. "OPTIMALISASI DIGITAL MARKETING PASCA PANDEMI COVID-19 PADA PELAKU UMKM KAWASAN WISATA UNIT BANJARAN YOGYAKARTA." *As-Sidanah : Jurnal Pengabdian Masyarakat* 5, no. 1 (30 April 2023): 188–201. <https://doi.org/10.35316/assidanah.v5i1.188-201>.
- Mariani, Wayan Eny, dan I. Gede Totok Suryawan. "PENINGKATAN KAPASITAS KELOMPOK SADAR WISATA MELALUI PEMANFAATAN TEKNOLOGI INFORMASI DAN PELATIHAN MANAJEMEN KEUANGAN." *Seminar Nasional Aplikasi Iptek (SINAPTEK)* 1 (13 Desember 2018). <https://doi.org/10.36002/sptk.v0i0.465>.
- Mora, Zulkarnen, Makhroji Makhroji, dan Maulana Rahman. "PEMBERDAYAAN MANAJEMEN USAHA BENEFICIARIS MELALUI SOCIAL PRENEURSHIP." *Martabe : Jurnal Pengabdian Kepada Masyarakat* 5, no. 10 (10 November 2022): 3565–75. <https://doi.org/10.31604/jpm.v5i10.3565-3575>.

Ridho, M. Zainor. “SIGNIFIKANSI METODE (PAR) DALAM PEMBERDAYAAN EKONOMI UMAT (BAZDA Kabupaten Serang).”  
*Dedikasi: Jurnal Pengabdian Masyarakat* 13, no. 1 (2020): 1–13.