

## ADAPTASI USAHA FOTOKOPI TERHADAP TRANSFORMASI DIGITAL: STUDI PENGUATAN KAPASITAS UMKM MELALUI TEKNOLOGI DAN PEMASARAN DIGITAL

Indah Prisilia Paendong<sup>1</sup>, Arpen Patanduk<sup>2</sup>, Norris Elden Salassa<sup>3</sup>, Kevin Leatemia<sup>4</sup>, Ade Yusupa<sup>5</sup>, Yuri Akay<sup>6</sup>

Program Studi Teknik Informatika, Fakultas Teknik, Universitas Sam Ratulangi  
Kota Manado, Indonesia

Email : [indahpaendong026@student.unsrat.ac.id](mailto:indahpaendong026@student.unsrat.ac.id)<sup>1</sup>

[arpenpatanduk026@student.unsrat.ac.id](mailto:arpenpatanduk026@student.unsrat.ac.id)<sup>2</sup>

[norrissalassa026@student.unsrat.ac.id](mailto:norrissalassa026@student.unsrat.ac.id)<sup>3</sup>

[kevinleatemia026@student.unsrat.ac.id](mailto:kevinleatemia026@student.unsrat.ac.id)<sup>4</sup>

[ade@unsrat.ac.id](mailto:ade@unsrat.ac.id)<sup>5</sup>

[yuriakay@unsrat.ac.id](mailto:yuriakay@unsrat.ac.id)<sup>6</sup>

### ABSTRAK

Usaha fotokopi, sebagai bagian integral dari sektor Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah (UMKM), menghadapi tantangan besar di tengah era transformasi digital yang semakin cepat. Perubahan perilaku konsumen yang beralih ke media digital, penurunan permintaan terhadap layanan cetak tradisional, serta keterbatasan pemanfaatan teknologi informasi dan pemasaran digital menjadi kendala utama yang mengancam keberlanjutan bisnis ini. Melihat tantangan tersebut, kegiatan pengabdian kepada masyarakat ini bertujuan untuk memperkuat kapasitas adaptasi usaha fotokopi melalui pengenalan teknologi digital dan penerapan strategi pemasaran berbasis media sosial. Metode yang digunakan dalam kegiatan ini meliputi survei kebutuhan untuk mengidentifikasi permasalahan mitra, penyuluhan mengenai pentingnya transformasi digital dalam UMKM, pelatihan penggunaan perangkat lunak pengeditan dokumen, sistem manajemen layanan berbasis digital, serta pelatihan intensif mengenai teknik pemasaran melalui platform digital seperti Instagram, Facebook, dan WhatsApp Business. Program ini juga dilengkapi dengan sesi pendampingan secara berkelanjutan untuk memastikan implementasi berjalan efektif. Evaluasi keberhasilan program dilakukan menggunakan instrumen pre-test dan post-test untuk mengukur perubahan pemahaman serta observasi lapangan untuk menilai penerapan nyata di lingkungan usaha mitra. Hasil pengabdian menunjukkan bahwa mitra mengalami peningkatan yang signifikan dalam hal literasi digital, keterampilan penggunaan aplikasi pendukung bisnis, serta kemampuan

### Article History

Received: April 2025

Reviewed: April 2025

Published: April 2025

Plagiarism Checker No 234

Prefix DOI :

**10.9765/Krepa.V218.3784**

Plagiarism Checker No 234

Prefix DOI : Prefix DOI :

10.8734/Krepa.v1i2.365

**Copyright : Author**

**Publish by : Krepa**



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

[Attribution-](https://creativecommons.org/licenses/by-nc/4.0/)

[NonCommercial](https://creativecommons.org/licenses/by-nc/4.0/) 4.0

[International License](https://creativecommons.org/licenses/by-nc/4.0/)

memasarkan produk dan jasa secara lebih luas. Selain itu, terjadi peningkatan dalam pencatatan transaksi secara digital, perluasan jangkauan pasar melalui platform daring, dan efisiensi dalam pengelolaan antrian layanan. Temuan ini mengindikasikan bahwa adaptasi teknologi tidak hanya meningkatkan efisiensi operasional, tetapi juga membuka peluang baru untuk inovasi dan pertumbuhan usaha. Oleh karena itu, transformasi digital menjadi aspek krusial dalam membangun daya saing dan keberlanjutan usaha fotokopi di tengah perkembangan teknologi yang dinamis. Dengan memperkuat kapasitas teknologi dan pemasaran digital, UMKM di sektor ini dapat lebih siap menghadapi tantangan masa depan sekaligus berkontribusi dalam memperkuat perekonomian lokal.

**Kata Kunci :** UMKM, usaha fotokopi, transformasi digital, pemasaran digital, manajemen layanan

### **ABSTRACT**

*Photocopy businesses, as an integral part of the Micro, Small and Medium Enterprises (MSMEs) sector, face major challenges amidst the accelerating digital transformation era. Changes in consumer behavior that shift to digital media, decreased demand for traditional print services, and limited use of information technology and digital marketing are the main obstacles that threaten the sustainability of this business. Seeing these challenges, this community service activity aims to strengthen the adaptive capacity of photocopy businesses through the introduction of digital technology and the application of social media-based marketing strategies. The methods used in this activity include a needs survey to identify partner problems, counseling on the importance of digital transformation in MSMEs, training in the use of document editing software, digital-based service management systems, and intensive training on marketing techniques through digital platforms such as Instagram, Facebook, and WhatsApp Business. The program is also equipped with ongoing mentoring sessions to ensure effective implementation. Evaluation of the success of the program is carried out using pre-test and post-test instruments to measure changes in understanding and field observations to assess the real application in the partner business environment. The results of the service showed that partners experienced significant improvements in terms of digital literacy, skills in using business support applications, and the ability to market products and services more broadly. In addition, there was an increase in digital transaction recording, expansion of market reach through online platforms, and efficiency in managing service queues.*

*These findings indicate that technological adaptation not only improves operational efficiency, but also opens up new opportunities for innovation and business growth. Therefore, digital transformation is a crucial aspect in building the competitiveness and sustainability of photocopy businesses amid dynamic technological developments. By strengthening technological capacity and digital marketing, MSMEs in this sector can be better prepared to face future challenges while contributing to strengthening the local economy.*

**Keywords:** MSME, photocopy business, digital transformation, digital marketing, service management

## PENDAHULUAN

Usaha fotokopi merupakan salah satu sektor jasa yang memiliki peran penting dalam mendukung kebutuhan akademik, administratif, serta bisnis di berbagai lingkungan, termasuk perguruan tinggi dan instansi pemerintahan. Tempat fotokopi tidak hanya berfungsi sebagai penyedia layanan pencetakan dan penggandaan dokumen, tetapi juga menjadi bagian dari ekosistem usaha mikro, kecil, dan menengah (UMKM) yang berkontribusi terhadap perekonomian lokal (Setiawan et al., 2023). Namun, dalam era digital saat ini, usaha fotokopi menghadapi berbagai tantangan, seperti persaingan dengan teknologi digitalisasi dokumen, perubahan pola konsumsi pelanggan, serta efisiensi dalam operasional usaha (Harto et al., 2024). Selain itu, keberlanjutan usaha fotokopi semakin terancam dengan adanya perubahan tren dalam penggunaan dokumen digital yang menggantikan pencetakan fisik. Perguruan tinggi, instansi pemerintahan, dan sektor bisnis semakin mengadopsi sistem paperless, yang mengurangi permintaan terhadap layanan fotokopi tradisional. Hal ini menyebabkan banyak pelaku usaha fotokopi mengalami penurunan pendapatan dan kesulitan dalam mempertahankan bisnis mereka (Setiawan et al., 2022). Untuk itu, adaptasi dengan perkembangan teknologi menjadi langkah penting agar usaha fotokopi tetap relevan dan dapat bertahan dalam era digital (Andriana et al., 2023).

Di sisi lain, kurangnya keterampilan dalam pemanfaatan teknologi modern dan strategi pemasaran digital menjadi kendala utama bagi para pelaku usaha fotokopi. Banyak di antara mereka masih mengandalkan metode promosi konvensional yang terbatas, sehingga tidak mampu menjangkau pelanggan potensial secara luas (Permadi et al., 2022). Dengan meningkatnya persaingan di industri jasa fotokopi, dibutuhkan solusi yang tidak hanya meningkatkan efisiensi layanan tetapi juga membantu para pelaku usaha untuk beradaptasi dengan perkembangan teknologi dan strategi pemasaran digital. Permasalahan ini menjadi semakin relevan mengingat banyak pelaku usaha fotokopi masih menjalankan bisnisnya secara konvensional tanpa pemanfaatan teknologi yang optimal. Hal ini berdampak pada tingkat efisiensi layanan, keterbatasan pemasaran, serta kurangnya daya saing di tengah transformasi digital yang terus berkembang (Kader et al., 2024). Oleh karena itu, diperlukan program

pengabdian kepada masyarakat yang berfokus pada peningkatan kapasitas usaha fotokopi melalui solusi berbasis teknologi dan strategi bisnis yang lebih adaptif (Winanti et al., 2024).

Berdasarkan observasi awal dan wawancara dengan mitra usaha fotokopi yang menjadi sasaran pengabdian, ditemukan beberapa permasalahan utama yang menghambat perkembangan bisnis mereka. Beberapa permasalahan tersebut meliputi:

1. **Sistem Manajemen Operasional yang Tidak Efisien** – Proses antrian pelanggan dan pencatatan transaksi masih dilakukan secara manual, yang sering kali menyebabkan antrean panjang dan pelayanan yang kurang optimal.
2. **Kurangnya Pemanfaatan Teknologi Digital** – Mitra belum memanfaatkan media sosial atau platform digital secara maksimal untuk mempromosikan layanan mereka, sehingga jangkauan pelanggan terbatas.
3. **Minimnya Pengetahuan tentang Strategi Pemasaran** – Tidak adanya strategi pemasaran yang efektif mengakibatkan usaha sulit bersaing dengan layanan digital yang lebih modern (Harto et al., 2024).

Permasalahan-permasalahan ini menunjukkan bahwa diperlukan upaya intervensi yang sistematis untuk membantu mitra meningkatkan kualitas layanan dan daya saing usaha mereka. Oleh karena itu, penting bagi pelaku usaha fotokopi untuk dapat memanfaatkan teknologi secara maksimal, termasuk menggunakan media sosial sebagai platform pemasaran (Yusupa et al., 2021), agar dapat menjangkau lebih banyak pelanggan dan mengembangkan bisnis mereka di tengah persaingan yang semakin ketat.

Untuk mengatasi permasalahan yang dihadapi mitra, program pengabdian ini menawarkan beberapa solusi strategis yang dapat meningkatkan efisiensi operasional dan daya saing usaha fotokopi, yaitu:

1. **Implementasi Sistem Manajemen Layanan Sederhana** – Penggunaan sistem antrian berbasis aplikasi atau perangkat lunak sederhana untuk mempercepat layanan dan mengurangi antrean pelanggan.
2. **Pelatihan Pemasaran Digital** – Edukasi tentang penggunaan media sosial seperti Instagram dan WhatsApp Business untuk meningkatkan promosi layanan fotokopi.
3. **Pengenalan dan Pemanfaatan Teknologi Editing dan Digitalisasi Dokumen** – Pelatihan penggunaan perangkat lunak seperti Adobe Acrobat dan Canva untuk meningkatkan layanan pengeditan dan digitalisasi dokumen (Setiawan et al., 2023).

Melalui pendekatan ini, diharapkan mitra usaha fotokopi dapat mengadopsi strategi bisnis yang lebih modern dan efisien guna meningkatkan produktivitas serta daya saing usaha mereka. Beberapa penelitian sebelumnya telah menunjukkan bahwa digitalisasi dan strategi pemasaran berbasis teknologi memiliki dampak signifikan terhadap pertumbuhan UMKM.

Menurut penelitian yang dilakukan oleh Setiawan et al. (2022), implementasi sistem manajemen digital dalam bisnis kecil mampu meningkatkan efisiensi layanan hingga 30% serta meningkatkan kepuasan pelanggan. Selain itu, studi oleh Haryanto dan Lestari (2023) menyatakan bahwa penggunaan media sosial sebagai alat pemasaran dapat meningkatkan keterjangkauan pelanggan dan memperluas segmen pasar.

Adapun konsep digitalisasi dalam bisnis kecil juga telah didukung oleh teori adaptasi teknologi yang menjelaskan bahwa usaha kecil yang mampu mengadopsi teknologi digital cenderung memiliki daya saing yang lebih kuat di pasar (Kader et al., 2024). Dengan demikian, pendekatan berbasis teknologi yang ditawarkan dalam program pengabdian ini memiliki dasar teori yang kuat dan relevan dalam konteks pengembangan usaha fotokopi..

## METODE PENELITIAN

Pelaksanaan kegiatan pengabdian dilakukan secara daring (online) untuk menyesuaikan dengan kebutuhan fleksibilitas, efisiensi waktu, dan kondisi geografis mitra. Mitra kegiatan adalah pelaku UMKM yang bergerak di bidang jasa fotokopi dan pencetakan dokumen. Pemilihan mitra dilakukan berdasarkan kriteria strategis, yaitu pelaku usaha yang masih menggunakan metode operasional konvensional namun menunjukkan potensi serta minat untuk bertransformasi ke arah digital. Lokasi mitra tetap mempertimbangkan konsentrasi usaha fotokopi yang tinggi, seperti di sekitar perguruan tinggi atau instansi pemerintahan, namun keterlibatan dilakukan secara jarak jauh.

Kegiatan ini direncanakan berlangsung selama 1 minggu, dimulai pada tanggal 10 April 2025. Dalam waktu tersebut, seluruh tahapan kegiatan akan dilaksanakan secara intensif, mulai dari persiapan, penyuluhan, pelatihan, hingga pendampingan dan evaluasi. Seluruh proses dilakukan dengan memanfaatkan platform digital seperti Zoom dan WhatsApp Group, serta dukungan media berbasis dokumen dan video interaktif.

Pemilihan mitra dilakukan dengan metode purposive sampling melalui identifikasi awal dan wawancara daring menggunakan form survei dan sesi tatap muka virtual. Koordinasi dilakukan secara online dengan asosiasi UMKM, lembaga pendamping usaha, atau melalui rekomendasi instansi terkait, guna memastikan mitra yang dipilih benar-benar membutuhkan program ini dan dapat memperoleh manfaat maksimal.

Pada tahap persiapan, tim pelaksana melakukan survei kebutuhan secara daring menggunakan kuesioner online dan sesi wawancara virtual untuk mengumpulkan data terkait kondisi operasional, pemanfaatan teknologi, dan strategi pemasaran mitra. Data tersebut menjadi dasar penyusunan rencana kegiatan serta pengembangan materi pelatihan.

Pada tahap penyuluhan dan pelatihan, dilakukan webinar interaktif yang membahas pentingnya transformasi digital dalam meningkatkan efisiensi dan daya saing usaha. Pelatihan intensif dilakukan dalam beberapa sesi daring yang menggabungkan teori dan praktik secara langsung, mencakup tiga fokus utama: implementasi sistem manajemen digital, strategi pemasaran digital, dan digitalisasi layanan fotokopi. Setiap sesi dilengkapi dengan demonstrasi live screen sharing, serta rekaman materi yang dapat diakses ulang oleh mitra.

Tahap pendampingan dan demonstrasi dilakukan secara virtual melalui zoom meeting untuk membimbing mitra dalam mengimplementasikan teknologi yang telah diajarkan. Tim pendamping memberikan bantuan teknis, troubleshooting, dan umpan balik langsung. Demonstrasi dilakukan melalui simulasi video interaktif atau live session agar mitra dapat memahami penerapan teknologi secara menyeluruh. Forum diskusi dan sesi tanya jawab diselenggarakan melalui grup WhatsApp, memungkinkan mitra saling bertukar pengalaman, berdiskusi mengenai kendala, dan merumuskan solusi bersama. Hal ini bertujuan untuk menciptakan proses pembelajaran yang kolaboratif dan berkelanjutan.

Keberhasilan program diukur melalui beberapa indikator, seperti peningkatan efisiensi operasional (pengurangan waktu pelayanan dan kesalahan pencatatan), peningkatan kapasitas digital (jumlah mitra yang mulai menggunakan sistem digital dan media sosial), serta peningkatan pengetahuan dan kepuasan mitra. Evaluasi dilakukan melalui pre-test dan post-test online, disertai dengan penyebaran kuesioner elektronik dan wawancara daring. Pendekatan kuantitatif mencakup analisis data sebelum dan sesudah intervensi, seperti waktu pelayanan, jumlah transaksi, dan peningkatan pendapatan, yang dikumpulkan melalui form digital. Sementara itu, pendekatan kualitatif dilakukan melalui wawancara daring, observasi partisipatif selama sesi pelatihan, dan focus group discussion (FGD) online. Data dianalisis secara statistik sederhana dan tematik untuk mengevaluasi dampak program serta merumuskan perbaikan pada kegiatan mendatang.

## TEMPAT DAN WAKTU

Pelaksanaan kegiatan adalah sebagai berikut :

Tempat : UMKM Fotokopi Via Zoom  
Waktu Pelaksanaan Kegiatan : Minggu, 10 April 2025.

## METODE KEGIATAN

Metode pelaksanaan kegiatan akan disajikan melalui penjelasan dibawah ini :

### 1. Survei Tempat Pelaksanaan Kegiatan

Kegiatan ini dimaksudkan untuk menggali informasi tentang kondisi tempat mitra penjualan. Informasi tersebut berupa permasalahan yang dihadapi pada lokasi tersebut.

### 2. Persiapan Sarana dan Prasarana

Kegiatan ini dimaksudkan untuk merencanakan kebutuhan baik sarana dan prasarana yang akan digunakan dalam pelaksanaan kegiatan dengan tetap memperhatikan kebutuhan UMKM fotokopi demi tercapainya target pengabdian kepada masyarakat. Sarana dan prasarana yang dimaksud berupa spanduk dan lain-lain.

### 3. Pelaksanaan Kegiatan

Setelah melakukan survey dan persiapan sarana dan prasarana maka pelaksanaan kegiatan dilaksanakan oleh pengusul beserta anggota dan beberapa mahasiswa. Kegiatan yang dilakukan adalah berupa penyuluhan dalam bentuk pertemuan secara online via zoom.

### 4. Materi Pembinaan dan Penyuluhan Kegiatan

Berikut adalah materi mengenai Sosialisasi Pentingnya Keterampilan Dan Pengetahuan Untuk Meningkatkan Daya Saing Usaha Fotokopi. Materi pembinaan dan penyuluhan kegiatan yaitu “Studi Penguatan Kapasitas UMKM Melalui Teknologi dan Pemasaran Digital.”

## HASIL DAN PEMBAHASAN

Kegiatan pengabdian kepada masyarakat ini dilakukan dengan tujuan meningkatkan kapasitas usaha fotokopi dalam menghadapi transformasi digital. Kegiatan ini melibatkan pendekatan observasi, wawancara dengan pemilik usaha, serta pelaksanaan sosialisasi mengenai pentingnya digitalisasi dalam meningkatkan daya saing usaha fotokopi. Berikut adalah karakteristik usaha fotokopi yang menjadi objek dalam kegiatan ini:

Karakteristik	Deskripsi
Skala Usaha	UMKM dengan layanan utama fotokopi, cetak, penjilidan, dan laminasi
Model Operasional	Mayoritas masih menggunakan sistem manual tanpa pemesanan online
Strategi Pemasaran	Bergantung pada pelanggan tetap dan pemasaran dari mulut ke mulut
Tantangan yang Dihadapi	Menurunnya permintaan cetak, keterbatasan dalam pemasaran digital, dan kurangnya pemahaman teknologi

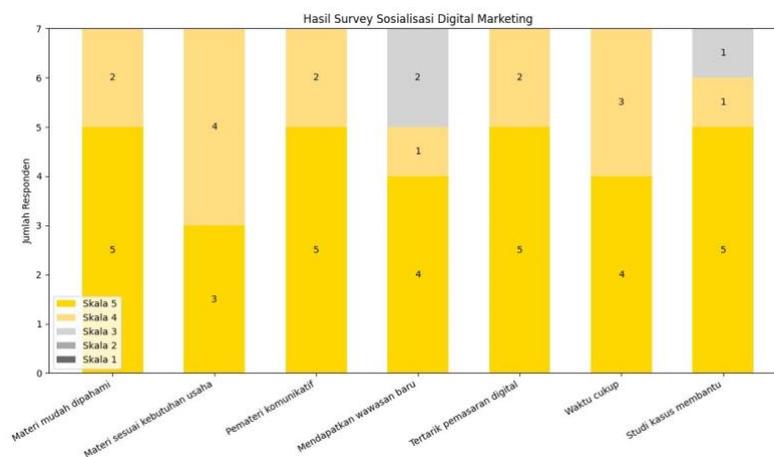
**Tabel 1.** Deskripsi Usaha Fotokopi

Proposal telah dibuat, dan kegiatan dilaksanakan pada hari Minggu tanggal 10 April 2025 dari pukul 14.00 WIB hingga 15.30 WIB. Kegiatan pengabdian kepada masyarakat ini dilakukan secara online melalui aplikasi ZOOM Meeting. Pada awal kegiatan, moderator memperkenalkan diri dan anggota. Karena anggota UMKM fotocopy hanya bisa mengikuti sosialisasi ini secara daring, maka kegiatan sosialisasi dilakukan dengan metode presentasi dan diskusi. Kami, lima anggota UMKM fotocopy dan empat mahasiswa, akan mengarahkan sosialisasi ini. Selanjutnya, kami selaku siswa menggunakan PowerPoint online untuk menyampaikan materi. Materi yang diberikan adalah tentang Adaptasi Usaha Fotokopi terhadap Transformasi Digital. Disela pemberian materi, kami para mahasiswa memberikan pertanyaan pertanyaan yang terkait dengan pemahaman dari peserta UMKM fotocopy dan setelah sosialisasi di lakukan kami memberikan kuis yang akan di isi oleh para peserta untuk melihat pemahaman dari peserta setelah sosialisasi dilakukan dan menjadikan tolak ukur keberhasilan dari sosialisasi kami.



Gambar 1. Pemaparan

Disela pemberian materi, kami para mahasiswa memberikan pertanyaan-pertanyaan yang terkait dengan pemahaman dari peserta UMKM fotocopy dan setelah sosialisasi dilakukan kami memberikan kuisioner yang akan diisi oleh para peserta untuk melihat pemahaman dari peserta setelah sosialisasi dilakukan dan menjadikan tolak ukur keberhasilan dari sosialisasi kami. Setelah sosialisasi dan pendampingan dengan mitra, evaluasi kegiatan dilakukan kembali untuk mengetahui apakah mitra memahami materi yang telah dipaparkan. Proses evaluasi ini dilakukan melalui post-test dengan mengisi kuisioner untuk mengetahui apakah ada perubahan signifikan dalam pemahaman peserta tentang penggunaan Facebook.



Gambar 2. Hasil post-test Sosialisasi Digital Marketing

Hasil survei dari kegiatan sosialisasi digital marketing menunjukkan bahwa sebagian besar peserta memberikan penilaian positif terhadap berbagai aspek kegiatan. Tujuh indikator yang disurvei mencakup: kemudahan memahami materi, relevansi materi dengan kebutuhan usaha, kemampuan pemateri dalam berkomunikasi, penambahan wawasan baru, ketertarikan terhadap digital marketing, kecukupan waktu pelaksanaan, dan kebermanfaatan studi kasus. Dari diagram terlihat bahwa skala 5 (sangat setuju) mendominasi di hampir semua aspek, menunjukkan bahwa mayoritas peserta merasa sangat terbantu dengan kegiatan ini. Misalnya, pada indikator "materi mudah dipahami", "pemateri komunikatif", "tertarik pemasaran digital", dan "studi kasus membantu", terdapat 5 responden dari total 7 yang memberikan nilai tertinggi.

Ini menandakan bahwa peserta sangat mengapresiasi kualitas penyampaian materi serta pendekatan praktis melalui studi kasus.

Namun demikian, terdapat catatan penting pada indikator "mendapatkan wawasan baru" dan "harga sesuai kebutuhan usaha", di mana terdapat sebagian peserta yang memberikan skala netral (skala 3). Hal ini menunjukkan bahwa meskipun kegiatan sudah berjalan efektif secara umum, masih ada ruang perbaikan terutama dalam penyampaian materi yang bersifat strategis atau aplikatif untuk usaha masing-masing peserta. Secara keseluruhan, hasil ini menunjukkan bahwa sosialisasi digital marketing telah memberikan dampak positif terhadap pemahaman dan antusiasme peserta dalam menerapkan strategi digital. Dengan meningkatnya minat terhadap digital marketing dan pemahaman peserta yang baik, kegiatan seperti ini berpotensi besar untuk dilanjutkan dan ditingkatkan, sehingga UMKM dapat lebih siap bersaing di pasar digital yang semakin kompetitif.



Gambar 2. Kesimpulan

## KESIMPULAN

Kegiatan pengabdian ini berhasil memperkenalkan transformasi digital sebagai upaya strategis dalam meningkatkan daya saing usaha fotokopi UMKM. Melalui serangkaian penyuluhan, pelatihan, dan pendampingan, para mitra usaha memperoleh pemahaman baru tentang pentingnya digitalisasi dalam operasional bisnis. Hasil evaluasi menunjukkan peningkatan efisiensi operasional, di mana mitra mampu mengurangi waktu pelayanan, mengoptimalkan sistem pencatatan transaksi, serta memperluas jangkauan pasar melalui media sosial. Selain memberikan manfaat nyata bagi peningkatan kapasitas usaha, kegiatan ini juga memberikan kontribusi teoritik dengan menegaskan kembali relevansi integrasi teknologi digital dalam mendukung transformasi UMKM di era modern.

Berdasarkan hasil dan pembahasan kegiatan, beberapa rekomendasi untuk pengabdian berikutnya adalah sebagai berikut:

- Pendalaman Materi dan Pendampingan Lanjutan: Perlu disediakan sesi pelatihan lanjutan dan pendampingan secara berkala untuk memastikan mitra dapat mengatasi kendala teknis dan operasional yang mungkin muncul pasca-implementasi.

- Integrasi dengan Platform Digital yang Lebih Variatif: Usaha fotokopi sebaiknya mengembangkan aplikasi internal atau sistem manajemen digital yang lebih komprehensif, termasuk sistem antrian dan pencatatan transaksi yang terintegrasi.
- Peningkatan Akses dan Sosialisasi Teknologi: Mengadakan workshop atau forum diskusi rutin yang melibatkan pemangku kepentingan terkait, seperti asosiasi UMKM dan lembaga pendamping usaha, guna memperluas pemahaman dan penerapan teknologi digital.
- Evaluasi Berkala dan Pengembangan Modul Pelatihan: Melakukan evaluasi secara periodik serta revisi materi pelatihan berdasarkan umpan balik mitra untuk memastikan materi tetap relevan dengan perkembangan teknologi dan tren pemasaran digital.

Kedepannya, penguatan kapasitas digital melalui pendekatan terintegrasi diharapkan dapat mendukung pertumbuhan dan daya saing UMKM, sekaligus memberikan dampak positif yang berkelanjutan bagi perkembangan ekonomi lokal.

## DAFTAR PUSTAKA

- Andriana, M., Sumarlin, T. ., Rakasiswi, S., Fitriani, N., Setiawan, D., Fitrianto, Y., Manalu, G., & Budi Nurmana, A. H. (2023). Implementasi Digitalisasi UMKM di Kabupaten Boyolali Melalui Pelatihan Pemasaran Online. *Jurnal Pengabdian Kepada Masyarakat Nusantara*, 4(2), 994-999. <https://doi.org/10.55338/jpkmn.v4i2.936>
- Harto, B., Marlina, M., Pramuditha, P., Apriliyanti, A., & Sumarni, T. (2024). Pemanfaatan Teknologi Informasi Digital, Digital Marketing, dalam Mendorong Sustainability Competitive Bisnis UMKM Kue Suguwangi di Desa Melatiwangi Kecamatan Cilengkrang Kabupaten Bandung. *Ikra-Ith Abdimas*, 8(1), 221-229.
- Kader, M. A., Prawiranegara, B., Setiawan, R. A. P., Shelyanti, A., & Pratama, M. B. Y. (2024). Digitalisasi UMKM Melalui Literasi Digital dan Digital Marketing Dalam Meningkatkan Kualitas Produk dan Volume Penjualan. *Journal of Community Development*, 5(2), 349-362.
- Mayasari, N. (2020). Sosialisasi Pengetahuan Tentang Nilai Guna Rekam Medis Bagi Tenaga Rekam Medis Di Rumah Sakit Umum Selaguri Padang. *Journal of Community Engagement in Health*, 3(2), 335-338. <https://doi.org/10.30994/jceh.v3i2.92>
- Permadi, R. N., Sari, M. R., & Prawitasari, N. (2022). Pemanfaatan media sosial sebagai platform utama pemasaran produk UMKM. *Avant Garde*, 10(1), 15.
- Setiawan, B., Khairani, M., Fadil, T., & Abdullah, T. M. K. (2022). Investigasi behavioral intention pada sistem pembayaran QRIS di merchant UMKM. *JATISI (Jurnal Teknik Informatika dan Sistem Informasi)*, 9(4), 3467-3480.
- Setiawan, Y. (2023). Digitalisasi Umkm Melalui E-Commerce Sebagai Peningkatan Pendapatan Nasional. *Jurnal Manajemen*, 7(2), 76-83.
- Winanti, P. A., Putri, K. A., Candra, A. C., & Setiawan, B. (2024). Pendampingan Pembuatan Legalitas Usaha Mikro Kecil dan Menengah (UMKM). *Media Abdimas*, 3(3), 88-95.

- Yusupa, A., Sutrisno, A., & Sitompul, B. J. D. (2021). Penyuluhan Digital Marketing Bagi Pelaku Usaha Mikro Kecil Menengah (UMKM) Dalam Menghadapi Pandemi Covid-19 di Kota Manado. *Jurnal Lentera: Penelitian dan Pengabdian Masyarakat*, 2(2), 16-20.
- Yusupa, A., Zuldesmi, Z., Trang, I. ., & Suharto, M. F. . (2024). Pemberdayaan Kelompok Asosiasi Pengusaha Industri Kecil (APIK) dalam Penerapan Teknologi Ukiran Laser pada Kerajinan Turunan Kelapa di Sulawesi. *I-Com: Indonesian Community Journal*, 4(4), 3094–3103. <https://doi.org/10.70609/icom.v4i4.5834>