

Pendampingan Pembuatan dan Penggunaan Aplikasi Bisnis Digital bagi Anggota APUNA Kota Palembang

Facilitating the Development and Utilization of a Digital Sales Application for APUNA Members in Palembang City

Diah Isnaini Asiati^{1)*}, Muhammad Syahril²⁾, Muhamad Okto Reza²⁾, Zeva Apriliya Putridhinata²⁾, Rendy Sahputra²⁾

¹⁾Program Studi Manajemen, Fakultas Ekonomi dan Bisnis, Universitas Muhammadiyah Palembang, Palembang, Indonesia

²⁾Program Studi Bisnis Digital, Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Muhammadiyah Palembang, Palembang, Indonesia

*Corresponding author : Diah Isnaini Asiati; diah_isnaini@yahoo.com

Received March 2026, Accepted April 2026, Published April 2026

ABSTRAK. Pemanfaatan internet mengalami transformasi yang signifikan, khususnya terhadap perubahan teknik transaksi berbasis digitalisasi. Teknik ini segera diadopsi oleh para pelaku bisnis dan dimanfaatkan secara efektif untuk pemahaman dan pengembangan pasar dengan memanfaatkan aplikasi bisnis. Meskipun saat ini aplikasi bisnis bukanlah metode yang asing, akan tetapi masih banyak pelaku-pelaku bisnis yang belum sepenuhnya memahami serta belum terampil memanfaatkannya untuk menjalankan transaksi sehari-hari. Salah satu pelaku bisnis tersebut adalah kelompok Usaha Mikro Kecil dan Menengah (UMKM) yang tergabung dalam Asosiasi Pengusaha Nasyiatul 'Aisyiyah (APUNA) di bawah koordinasi Pimpinan Daerah Nasyiatul 'Aisyiyah (PD NA) Kota Palembang. Oleh karena itu dilakukan kegiatan pendampingan pembuatan dan penggunaan aplikasi bisnis digital, khususnya aplikasi penjualan, bagi anggota APUNA ini. Metode yang digunakan dalam pengabdian ini adalah penyampaian teori dilanjutkan dengan pendampingan praktik melalui 4 tahapan, yaitu: (1) survei, dilakukan kepada anggota APUNA untuk mengidentifikasi kendala usaha (dengan hasil adanya kebutuhan pelatihan pemasaran digital), (2) sosialisasi, berkaitan dengan konsep dan praktik digitalisasi bisnis, (3) diskusi, untuk menyamakan pemahaman, serta (4) praktik langsung penggunaan aplikasi penjualan. Kegiatan pendampingan ini meningkatkan keterampilan anggota APUNA dalam menggunakan aplikasi penjualan dari 11,8% menjadi 58,8%.

Kata kunci: konsep pemasaran, pemanfaatan teknologi, aplikasi bisnis, digitalisasi UMKM

ABSTRACT. *The utilization of the internet has undergone significant transformation, particularly in relation to changes in digitalization-based transaction techniques. These techniques have been rapidly adopted by business actors and effectively utilized to understand and develop markets through the use of business applications. Although business applications are not unfamiliar methods, many business actors still do not fully understand them and are not skilled in utilising them in conducting daily transactions. One such group consists of Micro, Small, and Medium Enterprises (MSEMs/UMKM) that are members of the Nasyiatul 'Aisyiyah Entrepreneurs Association (APUNA) under the coordination of the Nasyiatul 'Aisyiyah Regional Leadership (PD NA) in Palembang City. Therefore, mentoring activities on the use of digital business applications, particularly sales applications, were carried out for APUNA members. The method used in this community service activity involved the delivery of theoretical materials followed by practical mentoring through four stages: (1) a survey to identify business constraints (revealing a strong need for digital marketing training), (2) socialization covering concepts and practices of business digitalization, (3) discussion to ensure shared understanding, and (4) hands-on practice in using sales applications. The results show that this mentoring activity improved APUNA members' skills in using sales applications increasing from 11.8% to 58.8%.*

Keywords: *marketing concepts, technology utilization, business application, MSME digitalization*

PENDAHULUAN

Perkembangan teknologi informasi dan komunikasi, seperti internet, komputasi awan (*cloud computing*), *big data*, kecerdasan buatan (AI), dan teknologi mobile telah mendorong organisasi untuk mengadopsi aplikasi bisnis guna meningkatkan efisiensi, efektivitas, dan daya saing. Aplikasi bisnis memungkinkan proses bisnis berjalan secara terintegrasi, pembuatan keputusan berbasis data, serta layanan pelanggan yang lebih cepat dan personal. Lebih jauh, perkembangan teknologi digital juga mengubah model bisnis secara mendasar, dari model konvensional menuju model berbasis *platform* dan ekosistem digital. Dengan demikian, penggunaan aplikasi bisnis merupakan respons strategis terhadap dinamika lingkungan bisnis yang semakin kompetitif dan berbasis teknologi (Puspita et al., 2025). Hal ini sekaligus mencerminkan hubungan yang bersifat kausal dan berkelanjutan antara kemajuan teknologi dan kebutuhan bisnis (Laudon & Laudon, 2020).

Pemanfaatan aplikasi bisnis ini turut dirasakan oleh para pelaku usaha, khususnya UMKM di Indonesia. Survei Asosiasi Penyelenggara Jasa Internet Indonesia (APJII) menunjukkan bahwa 87,43% UMKM di Indonesia telah menggunakan internet dalam berbisnis (Global Data, 2022). Tingkat penggunaan tertinggi tercatat pada usaha menengah (72,04%), diikuti usaha kecil (65%), usaha mikro (63,59%). Adapun sebagian besar UMKM yang belum memanfaatkan internet beralasan bahwa penjualan mereka sudah cukup baik tanpa teknologi (73,08%), sementara sebagian lainnya terkendala keterbatasan perangkat maupun literasi digital.

Berdasarkan data tersebut, masih ada sejumlah UMKM yang belum memanfaatkan teknologi untuk pengembangan usahanya. Padahal, teknologi digital terbukti mampu meningkatkan efisiensi operasional, memperluas akses pasar, serta mendukung praktik bisnis yang lebih inklusif (Puspita et al., 2025). Meskipun tantangan seperti keterbatasan infrastruktur dan rendahnya literasi digital masih menjadi hambatan, strategi kolaboratif dan kebijakan yang tepat dapat mempercepat transformasi digital UMKM menuju keberlanjutan bisnis secara ekonomi, sosial, dan lingkungan.

Berbagai kegiatan pelatihan dan pendampingan telah terbukti mendorong pemahaman dan keterampilan UMKM dalam memanfaatkan teknologi (Awaluddin, 2024; Putri & Wulandari, 2024; Fahmi & Indarwati, 2025; Nugrahantoro et al., 2025). Pelatihan khususnya dapat memperluas wawasan dan mendorong penggunaan teknologi secara lebih efektif, sehingga meningkatkan kemampuan UMKM dalam melakukan transformasi digital (Oktavianty & Djafar, 2024; Nurmalasari et al., 2025). Namun demikian, kegiatan pendampingan yang berfokus pada praktik langsung penggunaan aplikasi bisnis digital bagi kelompok pengusaha berbasis komunitas masih jarang dilakukan, sehingga menjadi celah yang ingin diisi oleh kegiatan pengabdian ini.

Pimpinan Daerah Nasyiatul 'Aisyiyah (PD NA) Kota Palembang mengkoordinir Asosiasi Pengusaha Nasyiatul 'Aisyiyah (APUNA) melalui Majelis Ekonomi. Terdapat 17 anggota APUNA yang belum memiliki keterampilan memadai dalam penggunaan aplikasi bisnis digital, padahal pemanfaatannya terbukti dapat meningkatkan posisi persaingan usaha (Laili dkk., 2025). Oleh karena itu, tim pengabdian melakukan kegiatan penggunaan aplikasi bisnis digital, khususnya aplikasi penjualan, bagi anggota APUNA. Kegiatan ini diharapkan tidak hanya meningkatkan keterampilan bertransaksi tetapi juga mendorong anggota untuk mempelajari teknik-teknik lain guna memperkuat posisi persaingan usahanya.

METODE PELAKSANAAN

Pelaksanaan program pengabdian kepada masyarakat ini dilakukan melalui tahap-tahap sebagai berikut. (1) Survei. Cara ini dilakukan dengan mengedarkan *Google Form* kepada anggota APUNA untuk memperoleh jawaban tentang karakteristik usaha yang selama ini ditekuni sekaligus masalah-masalah yang dihadapi dalam pengembangannya. Berdasarkan jawaban yang diberikan anggota APUNA, terdapat beberapa kendala yang dihadapi, di antaranya pelatihan untuk meningkatkan keterampilan karyawan, pembuatan *web* untuk pemasaran digital, pelatihan untuk menyusun laporan keuangan, dan teknik pemasaran dengan aplikasi bisnis. Masalah terakhir merupakan masalah yang paling banyak dipilih oleh anggota sehingga kemudian dirancang pelatihan pembuatan dan penggunaannya (Sutarto dkk., 2024). (2) Sosialisasi. Untuk memaksimalkan hasil kegiatan, terlebih dahulu disampaikan dua materi. *Pertama*, menjelaskan konsep pemasaran dan adaptasinya di era digital agar peserta pelatihan memahami bahwa digitalisasi merupakan tindakan tak

terpisahkan dalam pengembangan usaha (Kotler & Keller, 2009). *Kedua*, menjelaskan apa dan bagaimana praktik-praktik digitalisasi dalam pengembangan usaha seperti *e-commerce* dalam perluasan pasar, ragam aplikasi digital untuk mendukung efisiensi, maupun sistem yang berhubungan dengan peningkatan layanan pelanggan. Efisiensi merupakan teknik yang akan dikembangkan dalam pendampingan, khususnya aplikasi penjualan. (3) Diskusi. Untuk menjamin kesamaan persepsi dan kemudahan praktik, dilakukan tanya jawab antara anggota APUNA dan pemateri terhadap materi yang sudah disampaikan. (4) Praktik. Dilakukan praktik penggunaan aplikasi bisnis, khususnya aplikasi penjualan, dimulai dari menu home, login, keranjang, dan register.

Peserta inti kegiatan ini adalah 17 anggota APUNA Kota Palembang dengan bidang usaha yang beragam. Selain anggota APUNA, kegiatan ini juga dihadiri oleh pimpinan daerah dan masyarakat umum, sehingga total peserta yang hadir berjumlah 34 orang. Lama anggota menekuni usaha berkisar dua sampai enam tahun dan 50% di antaranya mengalami fluktuasi dalam pengembangan usahanya. Kegiatan dilaksanakan pada hari Sabtu, 6 Desember 2025 di Aula Pengurus Daerah Muhammadiyah (PDA) Kota Palembang, tepatnya di Komplek Balayuda Palembang.

Pada saat sebelum dan setelah kegiatan, anggota APUNA diminta untuk mengisi *pre-test* dan *post-test* guna mengukur keberhasilan kegiatan pendampingan, meliputi pemahaman konsep pemasaran digital dan kemampuan penggunaan aplikasi penjualan. Selanjutnya dilakukan analisis deskriptif terhadap hasil *pre-test* dan *post-test* tersebut.

HASIL DAN PEMBAHASAN

Kegiatan pengabdian diawali dengan berkunjung terlebih dahulu kepada pengurus Pimpinan Nasyyatul 'Aisyiyah Kota (PD NA) Palembang. Dalam organisasi ini terdapat 10 Majelis/Lembaga, salah satu di antaranya adalah Majelis Ekonomi yang mengkoordinir anggota-anggota PDA yang bergerak di bidang wirausaha dengan jenis usaha meliputi kuliner, jasa, dan fashion. Untuk mengidentifikasi kebutuhan anggota, pengabdian mengedarkan *Google Form* sehingga dipilih kegiatan pendampingan pembuatan dan penggunaan aplikasi bisnis digital, khususnya aplikasi penjualan.

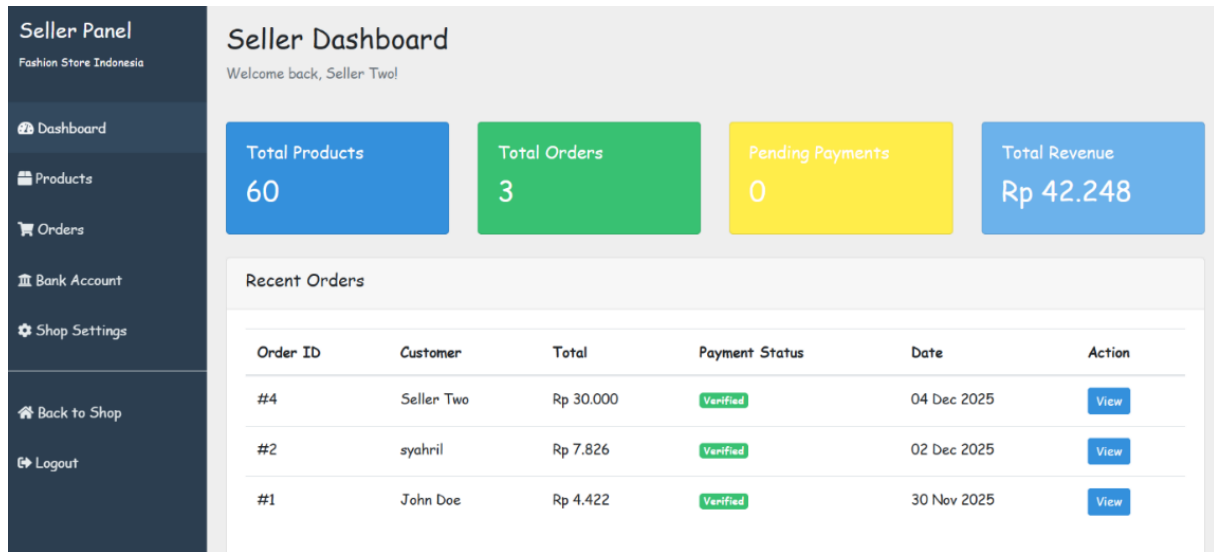
Kegiatan pendampingan dilaksanakan di Aula PDA Kota Palembang. Total peserta yang hadir mencapai 34 peserta yang terdiri atas 17 anggota APUNA (dua di antaranya berasal dari APUNA Daerah Banyuasin dan Ogan Ilir), 7 siswa SMK Muhammadiyah yang berminat dengan kegiatan, 4 pengurus PD NA, serta 6 tim pengabdian. Kehadiran pengurus PD NA merupakan bentuk dukungan agar kegiatan sejenis dapat dilaksanakan di tempat lain atau di tingkat wilayah. Para peserta menunjukkan antusiasme yang tinggi selama kegiatan berlangsung. Hal ini terlihat dari banyaknya pertanyaan yang diajukan, khususnya pada sesi praktik penggunaan aplikasi bisnis. Dokumentasi kegiatan pendampingan dapat dilihat pada Gambar 1.



Gambar 1. Tahap Sosialisasi dan Diskusi (Sumber : Dokumentasi Tim Pengabdian)

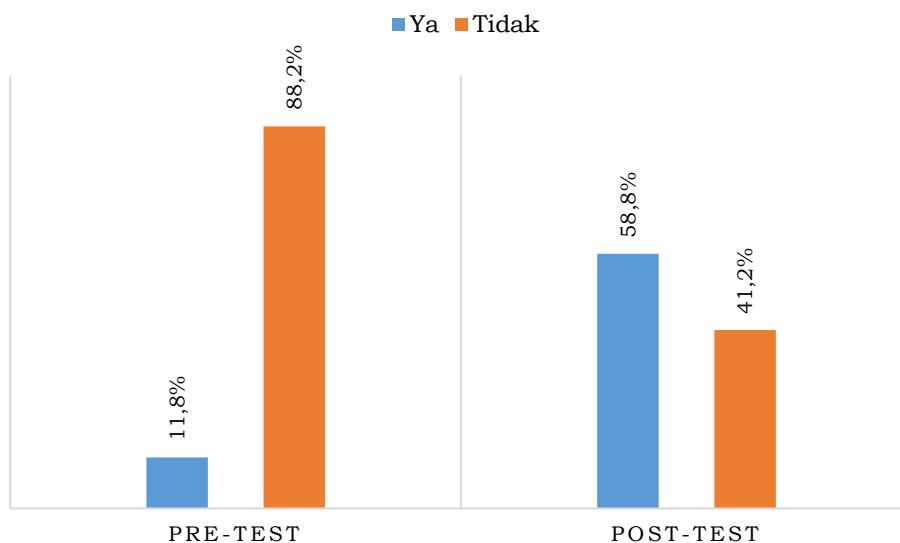
Dalam sesi praktik, peserta secara berurutan dipandu untuk mendaftarkan diri sebagai penjual, melakukan login, mengedit profil, memasukkan identitas toko dan metode pembayaran, melakukan validasi pembeli, serta mengonfirmasi pembayaran. Selain itu, peserta juga diperkenalkan dengan fitur pengelolaan toko dan pencatatan transaksi yang dapat direkap menjadi laporan mingguan, bulanan, maupun tahunan (Ana et al., 2025). Setiap anggota mempraktikkan langsung penggunaan aplikasi bisnis dengan dipandu oleh

pemateri dan tim pendamping. Contoh tampilan aplikasi yang digunakan dalam kegiatan dapat dilihat pada Gambar 2.



Gambar 2. Halaman dashboard penjual

Pada saat sebelum dan setelah kegiatan, peserta mengisi *pre-test* dan *post-test* melalui *Google Form* untuk mengukur pemahaman dan keterampilan dalam menggunakan aplikasi bisnis. Hasil *pre-test* menunjukkan bahwa hanya 11,8% anggota yang telah dapat menggunakan aplikasi bisnis sebelum pendampingan. Setelah mengikuti kegiatan pendampingan, angka ini meningkat menjadi 58,8% sebagaimana ditunjukkan pada Gambar 3.



Gambar 3. Hasil *Pre-Test* dan *Post-Test* sebelum dan setelah mengikuti pendampingan tentang pengetahuan cara penggunaan aplikasi

Peningkatan ini terutama tampak pada peserta yang sebelumnya sudah relatif mengenal praktik-praktik digitalisasi (Fahmi & Indarwati, 2025). Capaian yang belum maksimal ini disebabkan oleh dua faktor. Pertama, sebagian besar anggota APUNA menjalankan kegiatan bisnis hanya sebagai usaha sampingan di samping peran mereka sebagai pengurus PD NA Kota Palembang. Kedua, anggota APUNA cenderung merasa cukup puas dengan hasil usaha yang telah dicapai selama ini (Natania & Dwijayanti, 2024). Kedua faktor ini mengindikasikan perlunya pendampingan yang lebih intensif dan berkelanjutan agar peningkatan keterampilan digital anggota APUNA dapat berkembang lebih optimal.

SIMPULAN DAN SARAN

Berdasarkan peningkatan hasil *post-test*, kegiatan pendampingan pembuatan dan penggunaan aplikasi bisnis digital bagi anggota APUNA Kota Palembang dapat disimpulkan berjalan dengan baik. Anggota APUNA memperoleh pengetahuan dan keterampilan baru dalam menggunakan aplikasi penjualan, yang tercermin dari peningkatan kemampuan penggunaan aplikasi bisnis dari 11,8% menjadi 58,8% (naik 47 poin persentase). Peningkatan ini menunjukkan bahwa pendampingan berbasis praktik langsung terbukti efektif mendorong adopsi teknologi digital pada pelaku UMKM (Fahmi & Indarwati, 2025; Nugrahantoro et al., 2025).

Adapun capaian yang belum maksimal disebabkan oleh dua faktor: (1) kegiatan bisnis yang masih bersifat sambilan bagi sebagian anggota APUNA, serta (2) tingkat kepuasan yang sudah cukup tinggi terhadap kondisi usaha saat ini sehingga motivasi adopsi teknologi baru masih perlu didorong (Natania & Dwijayanti, 2024).

Berdasarkan temuan tersebut, disarankan: (1) anggota APUNA melakukan latihan mandiri secara berkala agar keterampilan tidak berhenti setelah pendampingan berakhir; (2) PD NA Kota Palembang perlu mengadakan pendampingan lanjutan dengan cakupan yang lebih beragam, seperti aplikasi pencatatan keuangan atau platform pemasaran digital; serta (3) tim pengabdian dapat merancang pengabdian serupa dengan durasi yang lebih panjang dan instrumen evaluasi yang lebih komprehensif agar dampak kegiatan dapat diukur secara optimal.

UCAPAN TERIMAKASIH

Diucapkan terima kasih kepada Ibu Nelly Megawati, S.Pd (Ketua Pimpinan Wilayah NA Sumatera Selatan), Ibu Dr. Anica, M.Pd (Ketua PD NA Kota Palembang), dan Ika Febriyanti, S.Sos, M.M (Ketua APUNA PW NA Sumatera Selatan) yang telah memfasilitasi pelaksanaan kegiatan.

DAFTAR REFERENSI

- Ana, T. R., Wulandari, P. F., Oktavia, F., & Riance, N. B. (2025). Penerapan Teknologi Digital Melalui Website untuk Peningkatan Daya Saing UMKM Kuliner Tradisional: Studi Kasus Skotang Mak Syamsir. *Jurnal Komputer Dan Teknologi Informasi*, 1(1), 57–64.
- Awaluddin. (2024). Pengenalan Integritas Aplikasi Digital dalam Meningkatkan Kinerja Bisnis Sebagai Upaya Mengefektifkan Manajemen. *Jurnal Syntax Admiration*, 5(1).
- Fahmi, S., & Indarwati, P. (2025). Pendampingan Digitalisasi Pemasaran Produk Hasil Pertanian pada Kelompok Tani Kampung Organik Brenjonk Desa Penanggungan, Trawas. *BERDAYA EKONOMI: Jurnal Pengabdian Masyarakat*, 3(2), 100–110.
- Global Data. (2022). Survei: 87,43% Usaha Mikro Menggunakan Internet Untuk Bisnis. Retrieved from <https://www.globaldata.co.id/hasil-survei-usaha-mikro-menggunakan-internet-untuk-bisnis/>. Diakses 2 Januari 2026
- Kotler, P. (2001). *Marketing Management: Millenium Edition*. Pearson Prentice Hall.
- Kotler, P., & Keller, K. L. (2009). *Manajemen Pemasaran*. PT. Prenhalindo.
- Laili, C. N., Anah, L., Ningsih, L. S. R., Khiyana, A., Mayasari, A., Ali, M. H., & Mahfudiyanto. (2025). Penerapan Digital Marketing Pada UMKM Di Era Perkembangan Teknologi Informasi. *Prosiding Seminar Nasional Sains, Teknologi, Ekonomi, Pendidikan Dan Keagamaan (SAINSTEKNOPAK) Unhasy Tebuireng Jombang*, 394–401. <https://ejournal.unhasy.ac.id/index.php/SAINSTEKNOPAK/article/view/10223>
- Laudon, K. C., & Laudon, J. P. (2020). *Management Information Systems: Managing the Digital Firm* (16th ed.). Pearson Education.
- Natania, A. T., & Dwijayanti, R. (2024). Pemanfaatan Platform Digital Sebagai Sarana Pemasaran Bagi UMKM. *Jurnal Pendidikan Tata Niaga (JPTN)*, 12(1).
- Nugrahantoro, A., Lestari, L. B., Masfuha, I., Pohan, A. A., & Prabowo, G. M. (2025). Pendampingan Pembuatan Aplikasi Bisnis Untuk Pemuda Boyolali Melalui Pemrograman Dasar. *SUBSERVE: Community Service and Empowerment Journal*, 3(1), 111–118.
- Nurmalasari, Masturoh, S., Astuti, W., Plewang, R. E., & Oktaviani, V. C. (2025). Penerapan Teknologi Digital dalam Bidang Pemasaran Pada Komunitas UMKM Naik Kelas Kota Bekasi. *Jurnal Abdimas Bina Bangsa*, 6(2), 1698–1706. <https://doi.org/10.46306/jabb.v6i2.1948>
- Oktavianty, & Djafar, M. F. (2024). Maksimalisasi Penggunaan Aplikasi Digital Dalam

- Menunjang Administrasi Perangkat Desa Di Kecamatan Bajeng Kabupaten Gowa. *Journal of Human And Education*, 4(1), 300–305.
- Puspita, A. D., Forijati, & Purnomo, H. (2025). Peran Teknologi Digital dalam Membangun Model Bisnis Berkelanjutan Pada UMKM di Era Industri 4.0. *Simposium Manajemen Dan Bisnis IV Program Studi Manajemen FEB UNP Kediri*, 4, 645–652.
- Putri, R. A., & Wulandari, I. (2024). Pendampingan Pembukuan Digital Menggunakan Aplikasi Teman Bisnis Pada Pelaku UMKM Di Desa Singojayan. *Jurnal Pengabdian Kepada Masyarakat Nusantara (JPkMN)*, 6(1), 1538–1544.
<http://doi.org/10.55338/jpkmn.v6i1.4553>
- Sutarto, Setiawan, N. N. P., Hasiolan, Gusmiantoro, Nurawaliah, S., Zahra, A., Sugihharti, D. P., & Al Aziz, M. I. (2024). Pendampingan UMKM dalam Proses Pemasaran Online di Desa Rengasjajar, Cigudeg, Bogor. *Bakti Mulya: Jurnal Pengabdian Dan Pendampingan Masyarakat*, 02(01), 19–37.