


Penerapan *Leadership Digital* Di UMKM Kota Bandung

Implementation Of Digital Leadership In UMKM In Bandung City

M. Yani Syafei*, Umi Narimawati, Nandang Komara, Puri Swastika Gusti Krisna Dewi

Universitas Komputer Indonesia

Vol. 6 No. 1, Juni 2025

 DOI :
10.35311/jmpm.v6i1.525

Informasi Artikel:

Submitted: 11 Januari
2025

Accepted: 26 Mei 2025

*Penulis Korespondensi :
M. Yani Syafei
Universitas Komputer
Indonesia
E-mail :
yanisyafei@email.unikom.
ac.id
No. Hp : -

Cara Sitasi:
Syafei, M, Y., Narimawati,
U., Komara, N., Dewi, P, S,
G, K. (2025). Penerapan
Leadership Digital Di
UMKM Kota Bandung.
*Jurnal Mandala Pengabdian
Masyarakat*. 6(1), 102-109.
<https://doi.org/10.35311/jmpm.v6i1.525>

ABSTRAK

Perkembangan teknologi digital yang pesat dalam beberapa tahun terakhir telah membawa dampak signifikan pada berbagai sektor kehidupan, termasuk dalam bidang kepemimpinan. Program ini juga bertujuan untuk menciptakan pemimpin yang tidak hanya kompeten dalam bidangnya, tetapi juga mampu menjadi agen perubahan yang menggerakkan masyarakat untuk lebih berdaya saing di era digital. Dengan membekali masyarakat, khususnya para pemimpin lokal, dengan keterampilan dan pengetahuan tentang *leadership digital*, diharapkan mereka dapat merancang kebijakan, mengelola program, serta memimpin komunitas mereka menuju masa depan yang lebih digital, inklusif, dan berkelanjutan. Metode Pengabdian Kepada Masyarakat melalui acara Pasar Ceban bertujuan untuk memberikan edukasi dan pemahaman mengenai *digital leadership* kepada masyarakat, khususnya di lingkungan pelaku UMKM. Hasil pengabdian ini adalah pelatihan ini berhasil meningkatkan pemahaman para pelaku UMKM di Kota Bandung mengenai pentingnya kepemimpinan digital. Peserta diperkenalkan pada berbagai alat dan platform digital yang dapat mendukung operasional bisnis, seperti pemasaran digital, manajemen inventaris berbasis teknologi, dan analitik data. Pelatihan menekankan pentingnya peran pemimpin dalam membangun tim yang adaptif dan kolaboratif. Peserta menunjukkan komitmen yang tinggi untuk mengimplementasikan konsep *digital leadership* di bisnis mereka.

Kata Kunci: Teknologi, *Leadership*, Digital, UMKM

ABSTRACT

The rapid development of digital technology in recent years has had a significant impact on various sectors of life, including in the field of leadership. This program also aims to create leaders who are not only competent in their fields, but also able to become agents of change who move society to be more competitive in the digital era. By equipping the community, especially local leaders, with skills and knowledge about *digital leadership*, it is hoped that they can design policies, manage programs, and lead their communities towards a more digital, inclusive, and sustainable future. The Community Service Method through the Pasar Ceban event aims to provide education and understanding about *digital leadership* to the community, especially in the MSME environment. The result of this service is that this training has succeeded in increasing the understanding of MSME actors in Bandung City regarding the importance of *digital leadership*. Participants are introduced to various digital tools and platforms that can support business operations, such as digital marketing, technology-based inventory management, and data analytics. The training emphasizes the importance of the role of leaders in building adaptive and collaborative teams. Participants showed a high commitment to implementing the concept of *digital leadership* in their businesses.

Keywords: Technology, *Leadership*, Digital, MSMe

PENDAHULUAN

Perkembangan teknologi digital yang pesat dalam beberapa tahun terakhir telah membawa dampak signifikan pada berbagai sektor kehidupan, termasuk dalam bidang kepemimpinan (Yoon *et al.*, 2023). Digitalisasi tidak hanya mengubah cara kita bekerja, berkomunikasi, dan mengakses informasi,

tetapi juga telah meredefinisikan konsep kepemimpinan dalam berbagai konteks (Winarsih *et al.*, 2021).

Dalam era digital ini, pemimpin tidak hanya diharapkan memiliki kemampuan manajerial yang baik, tetapi juga mampu memanfaatkan teknologi untuk memperkuat pengambilan keputusan, kolaborasi, serta

meningkatkan produktivitas tim atau organisasi (Hasanah *et al.*, 2025). Kepemimpinan digital (*digital leadership*) merupakan pendekatan yang mengintegrasikan teknologi dalam praktik kepemimpinan untuk menghadapi tantangan dan peluang yang ditawarkan oleh transformasi digital (Hasibuan, 2023).

Pemimpin yang memiliki kompetensi digital akan lebih mampu memimpin perubahan, mengelola sumber daya dengan lebih efektif, dan merespons perubahan lingkungan yang semakin dinamis (Vial, 2019). Dalam konteks masyarakat, digital leadership sangat penting untuk meningkatkan kualitas pendidikan, pemberdayaan ekonomi, serta pengelolaan sumber daya sosial yang lebih efisien. Namun, kenyataannya banyak individu dan organisasi di Indonesia, terutama di tingkat masyarakat yang lebih luas, masih menghadapi tantangan besar dalam mengadopsi teknologi digital secara maksimal (Hasibuan *et al.*, 2024).

Hal ini disebabkan oleh berbagai faktor seperti terbatasnya pemahaman tentang teknologi, kurangnya keterampilan digital, serta ketimpangan akses terhadap infrastruktur teknologi yang memadai. Akibatnya, banyak pemimpin di berbagai sektor yang belum sepenuhnya mampu memanfaatkan potensi digital untuk memimpin dan berinovasi (Nambisan, 2017).

Pasar Ceban merupakan kegiatan temu UKM, wirausaha muda terbaik dan calon wirausaha muda dikalangan mahasiswa. Sasaran yang diharapkan adalah agar para pelaku bisnis UMKM yang berdomisili di Jawa Barat dan sekitarnya yang belum baru tergabung dapat tergabung dalam ekosistem digital. Melalui pengabdian kepada masyarakat dengan tema "*Leadership Digital*," tujuan utama kami adalah untuk memberikan pemahaman dan keterampilan yang diperlukan agar para pemimpin di tingkat komunitas atau organisasi lokal dapat beradaptasi dengan tuntutan zaman. Kami akan memfasilitasi pelatihan dan workshop yang dapat meningkatkan

pemahaman tentang pentingnya kepemimpinan digital, serta memberikan wawasan mengenai cara-cara praktis dalam memanfaatkan teknologi untuk memajukan organisasi atau masyarakat (Cenamor *et al.*, 2019).

Program ini juga bertujuan untuk menciptakan pemimpin yang tidak hanya kompeten dalam bidangnya, tetapi juga mampu menjadi agen perubahan yang menggerakkan masyarakat untuk lebih berdaya saing di era digital. Dengan membekali masyarakat, khususnya para pemimpin lokal, dengan keterampilan dan pengetahuan tentang leadership digital, diharapkan mereka dapat merancang kebijakan, mengelola program, serta memimpin komunitas mereka menuju masa depan yang lebih digital, inklusif, dan berkelanjutan (Parida & Örtqvist, 2015).

METODE

Metode Pengabdian Kepada Masyarakat melalui acara Pasar Ceban bertujuan untuk memberikan edukasi dan pemahaman mengenai *digital leadership* kepada masyarakat, khususnya di lingkungan pelaku UMKM (Creswell & Creswell, 2018).

Agar mencapai tujuan tersebut, seminar akan dilaksanakan dengan metode yang dapat menjangkau berbagai kalangan, mulai dari UKM, wirausaha muda terbaik, calon wirausaha muda dikalangan mahasiswa, hingga masyarakat umum yang terlibat dalam kegiatan ekonomi pasar. Berikut adalah metode pelaksanaan PKM yang dilakukan dalam kegiatan tersebut:

1. Persiapan Sebelum PKM (melalui Seminar)
 - Identifikasi Peserta: Menyusun daftar peserta dari kalangan pedagang pasar, pengelola pasar, dan masyarakat sekitar yang terlibat dalam kegiatan ekonomi pasar. Pembagian peserta dilakukan berdasarkan kategori (misalnya, pedagang kecil, pengusaha menengah, dan masyarakat umum).

- Materi dan Narasumber: Menyusun materi seminar yang relevan dengan tema *digital leadership*, termasuk pengenalan tentang kepemimpinan digital, pentingnya teknologi dalam mengelola usaha, dan bagaimana pasar dan UMKM dapat bertransformasi secara digital. Narasumber yang kompeten dalam bidang teknologi dan kepemimpinan digital, baik dari akademisi, praktisi digital, maupun pemimpin bisnis yang sudah sukses menerapkan teknologi, akan diundang.
 - Penyusunan Modul dan Materi: Modul atau handout yang berisi informasi praktis mengenai konsep dasar kepemimpinan digital, penggunaan media sosial dan aplikasi digital untuk pemasaran, serta tips untuk mengelola bisnis secara lebih efisien dengan teknologi. Materi ini akan disesuaikan dengan tingkat pengetahuan peserta, agar mudah dipahami oleh mereka yang mungkin belum terlalu familiar dengan dunia digital.
2. Pelaksanaan Seminar
- Pembukaan (10-15 Menit): Acara dimulai dengan sambutan dari panitia atau pengelola acara yang menjelaskan tujuan seminar dan pentingnya *digital leadership* dalam konteks pasar dan UMKM. Pengenalan singkat mengenai Pasar Ceban dan dampak transformasi digital yang dapat dicapai oleh komunitas pasar akan menjadi pengantar.
 - Sesi Pengenalan dan Pemberian Materi (60-90 Menit):
 - Pengantar Digital Leadership: Narasumber pertama akan memberikan penjelasan mengenai konsep dasar kepemimpinan digital, bagaimana teknologi berperan dalam dunia bisnis, serta contoh sukses pemimpin yang berhasil mengintegrasikan teknologi dalam manajerial dan pengelolaan pasar.
 - Penerapan Teknologi di Pasar dan UMKM: Narasumber kedua akan membahas tentang pemanfaatan platform digital seperti e-commerce, media sosial, serta aplikasi pembayaran digital untuk meningkatkan efisiensi dan akses pasar bagi pedagang pasar.
 - Studi Kasus dan Contoh Praktis: Menyajikan studi kasus dari pasar atau UMKM yang telah berhasil menggunakan teknologi digital untuk meningkatkan penjualan, efisiensi, dan manajemen sumber daya.
 - Diskusi dan Tanya Jawab (30 Menit): Setelah materi disampaikan, peserta akan diberi kesempatan untuk bertanya dan berdiskusi langsung dengan narasumber mengenai aplikasi kepemimpinan digital yang sesuai dengan kondisi pasar dan bisnis mereka. Hal ini diharapkan dapat memberikan perspektif yang lebih praktis dan spesifik sesuai kebutuhan masing-masing peserta.
 - 3. Workshop Interaktif (60 Menit)
 - Penerapan Praktis: Peserta dibagi ke dalam kelompok kecil untuk mengikuti sesi workshop yang berfokus pada penerapan langsung teknologi dalam kehidupan sehari-hari mereka. Misalnya, cara membuat akun di platform digital untuk memasarkan produk, menggunakan aplikasi pembayaran digital, serta strategi menggunakan media sosial untuk promosi.
 - Stimulasi Kepemimpinan Digital: Setiap kelompok diberikan tantangan untuk merancang solusi berbasis teknologi untuk meningkatkan efisiensi pasar mereka atau meningkatkan kepemimpinan dalam komunitas bisnis mereka. Kelompok kemudian akan mempresentasikan ide mereka dan menerima masukan dari narasumber serta peserta lainnya.
 - 4. Penutupan dan Evaluasi (15 Menit)
 - Kesimpulan dan Rangkuman: Narasumber akan memberikan rangkuman tentang inti materi seminar, serta langkah-langkah yang dapat diambil oleh peserta untuk mulai

menerapkan kepemimpinan digital dalam usaha atau komunitas mereka.

- **Evaluasi dan Feedback:** Untuk mengetahui tingkat pemahaman dan kepuasan peserta, dilakukan evaluasi seminar melalui formulir atau diskusi terbuka. Peserta juga diberikan kesempatan untuk memberikan masukan mengenai materi dan metode pelaksanaan seminar untuk perbaikan acara selanjutnya.
 - **Pemberian Sertifikat:** Setelah seminar selesai, peserta yang mengikuti acara dengan baik akan mendapatkan sertifikat sebagai bukti partisipasi dalam kegiatan pengabdian masyarakat tersebut.
5. Follow-Up Pasca Seminar
- **Pendampingan:** Program lanjutan berupa sesi konsultasi online atau offline akan disediakan untuk peserta yang membutuhkan bimbingan lebih lanjut dalam mengimplementasikan kepemimpinan digital dalam kegiatan usaha mereka.

Komunitas Digital: Membentuk grup diskusi atau forum online bagi peserta untuk berbagi pengalaman, memecahkan masalah yang dihadapi, dan saling memberi dukungan

dalam penerapan teknologi di pasar atau usaha mereka.

HASIL DAN PEMBAHASAN

Hasil

Kegiatan pengabdian masyarakat melalui seminar dengan judul "*Leadership Digital*" yang dilaksanakan di Pasar Ceban berhasil dilaksanakan dengan baik dan mendapat respon positif dari para peserta. Pelaksanaan dilakukan selama 1 minggu yaitu pada 2-8 Januari 2025 di Aula DinkopUMKM Kota Cirebon. Seminar ini diikuti oleh lebih dari 50 peserta yang terdiri dari UKM, wirausaha muda terbaik, calon wirausaha muda dikalangan mahasiswa, dan masyarakat umum yang terlibat dalam kegiatan ekonomi pasar. Selama seminar, peserta diberikan wawasan mengenai konsep dasar kepemimpinan digital dan penerapannya dalam kegiatan sehari-hari mereka.

Pelaksanaan Kegiatan

Berikut beberapa photo kegiatan yang dilaksanakan:



Gambar 1. Pamflet Kegiatan



Gambar 2. Penyampaian Materi



Gambar 3. Para Peserta



Gambar 4. Sesi Tanya-Jawab

1. Pemahaman Kepemimpinan Digital

Sebagian besar peserta menyatakan bahwa seminar ini telah memberikan pemahaman yang lebih jelas mengenai konsep kepemimpinan digital.

Mereka mulai menyadari bahwa kepemimpinan tidak hanya berkaitan dengan kemampuan manajerial dan komunikasi, tetapi juga melibatkan penggunaan teknologi dalam mengelola bisnis dan organisasi.

2. Penerapan Teknologi untuk UMKM.

Dalam sesi materi tentang penerapan teknologi di pasar dan UMKM, sebagian besar peserta mengungkapkan ketertarikan yang tinggi terhadap penggunaan platform digital untuk memasarkan produk mereka.

Peserta juga menunjukkan minat untuk memanfaatkan media sosial dan aplikasi pembayaran digital sebagai sarana untuk

meningkatkan jangkauan pasar dan efisiensi operasional mereka.

3. Workshop dan Aplikasi Langsung.

Workshop interaktif yang dilaksanakan selama seminar memberikan dampak positif dalam meningkatkan keterampilan peserta dalam menggunakan teknologi. Banyak peserta yang berhasil membuat akun di platform digital untuk memasarkan produk mereka dan mempelajari cara menggunakan aplikasi pembayaran digital. Beberapa peserta juga berhasil merancang strategi pemasaran digital untuk produk mereka dengan menggunakan media sosial.

4. Tanggapan Peserta.

Tanggapan peserta terhadap seminar ini sangat positif. Banyak peserta mengungkapkan bahwa seminar ini membuka

wawasan mereka tentang pentingnya digitalisasi dalam dunia bisnis, khususnya pasar tradisional dan UMKM. Mereka merasa lebih siap untuk mengimplementasikan teknologi dalam usaha mereka untuk meningkatkan daya saing.

PEMBAHASAN

Seminar "*Leadership Digital*" berhasil mencapai tujuan utama, yaitu meningkatkan pemahaman masyarakat, terutama para pelaku usaha UKM, tentang pentingnya teknologi dalam kepemimpinan dan pengelolaan usaha. Berikut beberapa poin yang perlu dibahas terkait hasil kegiatan ini:

1. Pentingnya Kepemimpinan Digital di Era Transformasi Teknologi.

Di era digital, pemimpin dituntut untuk tidak hanya memiliki kemampuan manajerial yang baik, tetapi juga mampu memanfaatkan teknologi untuk mendukung pengambilan keputusan, komunikasi, dan manajemen organisasi. Dalam konteks pasar dan UMKM, penerapan *leadership digital* dapat membantu meningkatkan efisiensi operasional, memperluas pasar, serta mendorong inovasi (Emory University et al., 2013).

2. Transformasi Digital di Pasar Tradisional.

Pasar tradisional seringkali dianggap tertinggal dalam hal pemanfaatan teknologi dibandingkan dengan pasar modern atau digital. Namun, dengan adanya seminar ini, peserta mulai menyadari bahwa teknologi bukanlah sesuatu yang sulit untuk diterapkan.

Penggunaan media sosial, aplikasi pembayaran, dan platform digital lainnya dapat membantu pasar tradisional tetap bersaing di pasar yang semakin terhubung secara digital (Warner & Wäger, 2019). Oleh karena itu, diperlukan adanya kesadaran dan pelatihan lebih lanjut untuk mendorong para pedagang dan pengelola pasar agar lebih siap menghadapi tantangan digitalisasi (Bogers et al., 2018).

3. Tantangan yang Dihadapi Peserta

Meskipun seminar ini berhasil memberikan pemahaman dasar yang baik mengenai *digital leadership*, banyak peserta yang masih menghadapi tantangan dalam mengimplementasikan pengetahuan yang telah didapatkan. Kendala utama yang dihadapi adalah kurangnya keterampilan teknis, akses terbatas terhadap infrastruktur digital, dan keterbatasan waktu untuk mempelajari lebih lanjut tentang teknologi (Hasibuan, 2024). Oleh karena itu, pelatihan lanjutan dan pendampingan lebih intensif sangat diperlukan untuk membantu peserta mengatasi tantangan tersebut.

4. Pentingnya Kolaborasi dalam Mendorong Digitalisasi.

Keberhasilan digitalisasi pasar tradisional juga memerlukan kerjasama antara berbagai pihak, termasuk pemerintah, lembaga pendidikan, dan sektor swasta. Pemerintah dapat memberikan dukungan dalam bentuk kebijakan yang memudahkan akses terhadap teknologi, sementara lembaga pendidikan dapat menyelenggarakan pelatihan lebih lanjut. Sektor swasta dapat membantu menyediakan platform atau infrastruktur teknologi yang dibutuhkan oleh para pelaku pasar (Evi Sirait et al., 2024).

KESIMPULAN

1. Peningkatan Pemahaman *Digital Leadership*

Pelatihan ini berhasil meningkatkan pemahaman para pelaku UMKM di Kota Bandung mengenai pentingnya kepemimpinan digital. Peserta mendapatkan wawasan tentang bagaimana memimpin bisnis di era digital dengan memanfaatkan teknologi secara efektif untuk mendorong pertumbuhan usaha.

2. Pemanfaatan Teknologi Digital

Peserta diperkenalkan pada berbagai alat dan platform digital yang dapat mendukung operasional bisnis, seperti pemasaran digital, manajemen inventaris berbasis teknologi, dan analitik data. Hal ini membantu UMKM menjadi lebih adaptif terhadap perubahan pasar.

3. Penguatan Strategi Kepemimpinan

Pelatihan menekankan pentingnya peran pemimpin dalam membangun tim yang adaptif dan kolaboratif. Peserta dilatih untuk mengembangkan strategi kepemimpinan yang mendukung inovasi dan perubahan digital.

4. Peningkatan Daya Saing UMKM

Dengan penerapan prinsip leadership digital, UMKM di Kota Bandung diharapkan mampu meningkatkan daya saing mereka baik di pasar lokal maupun global. Pelatihan ini membantu peserta mengidentifikasi peluang pasar dan mengoptimalkan operasional untuk menghasilkan nilai tambah.

5. Komitmen untuk Transformasi Digital

Peserta menunjukkan komitmen yang tinggi untuk mengimplementasikan konsep digital leadership di bisnis mereka. Hal ini diharapkan dapat mendorong transformasi digital yang lebih luas di sektor UMKM Kota Bandung.

Dengan pelatihan ini, diharapkan UMKM Kota Bandung semakin mampu beradaptasi dengan perkembangan teknologi dan menjadi pelaku bisnis yang lebih inovatif dan berkelanjutan.

DAFTAR PUSTAKA

Bogers, M., Chesbrough, H., & Moedas, C. (2018). Open Innovation: Research, Practices, and Policies. *California Management Review*, 60(2), 5–16.

<https://doi.org/10.1177/0008125617745086>

Cenamora, J., Parida, V., & Wincent, J. (2019). How entrepreneurial SMEs compete through digital platforms: The roles of digital platform capability, network capability and ambidexterity. *Journal of Business Research*, 100, 196–206. <https://doi.org/10.1016/j.jbusres.2019.03.035>

Creswell, J. W., & Creswell, J. D. (2018). *Research Design: Qualitative, Quantitative, and Mixed Methods Approaches*.

Emory University, Bharadwaj, A., El Sawy, O. A., University of Southern California, Pavlou, P. A., Temple University, Venkatraman, N., & Boston University. (2013). Digital Business Strategy: Toward a Next Generation of Insights. *MIS Quarterly*, 37(2), 471–482. <https://doi.org/10.25300/MISQ/2013/37:2.3>

Evi Sirait, Bagus Hari Sugiharto, Jenal Abidin, Nely Salu Padang, & Johni Eka Putra. (2024). Peran UMKM dalam Meningkatkan Kesejahteraan Perekonomian di Indonesia. *El-Mal: Jurnal Kajian Ekonomi & Bisnis Islam*, 5(7).

Hasanah, Y. N., Anggraeni, O., S., Kusnaman, D., Hasibuan, R. R., & Efendi, B. (2025). Entrepreneurial Marketing and Marketing Performance in Gen Z Entrepreneurs: Exploring the Mediating Pathways to Entrepreneurial Resilience. *Journal of Ecohumanism*, 4(1). <https://doi.org/10.62754/joe.v4i1.6195>

Hasibuan, R. R. (2023). The Impact of Dental Satisfaction Questionnaire (DSQ) and Word of Mouth on Patient Satisfaction Educational Dental and Oral Hospital. *Telaah Bisnis*, 23(2), 129. <https://doi.org/10.35917/tb.v23i2.296>

Hasibuan, R. R. (2024). Dampak Personal Branding Dan Influencer Marketing

- Terhadap Keputusan Pembelian Konsumen Generasi Z. 3(2).
- Hasibuan, R. R., Darmawan, A. R., Afifah, H., Permana, I. S., Masrokhah, S., Suciningtyas, S., & Sumaya, P. S. (2024). Pemanfaat Media Sosial Dalam Pemasaran Produk Umkm Di Kabupaten Banyumas. 2(2).
- Nambisan, S. (2017). Digital Entrepreneurship: Toward a Digital Technology Perspective of Entrepreneurship. *Entrepreneurship Theory and Practice*, 41(6), 1029–1055. <https://doi.org/10.1111/etap.12254>
- Parida, V., & Örtqvist, D. (2015). Interactive Effects of Network Capability, ICT Capability, and Financial Slack on Technology-Based Small Firm Innovation Performance. *Journal of Small Business Management*, 53, 278–298. <https://doi.org/10.1111/jsbm.12191>
- Vial, G. (2019). Understanding digital transformation: A review and a research agenda. *The Journal of Strategic Information Systems*, 28(2), 118–144. <https://doi.org/10.1016/j.jsis.2019.01.003>
- Warner, K. S. R., & Wäger, M. (2019). Building dynamic capabilities for digital transformation: An ongoing process of strategic renewal. *Long Range Planning*, 52(3), 326–349. <https://doi.org/10.1016/j.lrp.2018.12.001>
- Winarsih, Indriastuti, M., & Fuad, K. (2021). Impact of Covid-19 on Digital Transformation and Sustainability in Small and Medium Enterprises (SMEs): A Conceptual Framework. In L. Barolli, A. Poniszewska-Maranda, & T. Enokido (Eds.), *Complex, Intelligent and Software Intensive Systems* (Vol. 1194, pp. 471–476). Springer International Publishing. https://doi.org/10.1007/978-3-030-50454-0_48
- Yoon, S., Kim, S. L., & Yun, S. (2023). Supervisor knowledge sharing and creative behavior: The roles of employees' self-efficacy and work-family conflict. *Journal of Management & Organization*, 1–16. <https://doi.org/10.1017/jmo.2022.85>