



SOSIALISASI PROGRAM PEMBERDAYAAN UMKM DENGAN SISTEM DIGITAL GUNA MENINGKATKAN DAYA SAING DI DESA KOTARINDAU

Rachmad, Askar Mayusa, Meldi Amijaya, Yulizar Pramudika, Dandan Haryono
Universitas Tadulako

Email: rachmadmh8@gmail.com, mayusaaskar@gmail.com, meldiamijaya89@gmail.com,
yulizarpramudika@gmail.com, dandanharyono@gmail.com

***Abstract** This community service activity aims to increase the competitiveness of Micro, Small, and Medium Enterprises (MSMEs) in Kotarindau Village through the use of digital systems. Technological developments require MSMEs to adapt to increasingly competitive market changes, particularly in marketing, management, and business administration. Through a socialization program, the community service team provides assistance in the form of training on the use of digital platforms, online marketing strategies, and application-based financial management. The methods used include counseling, live demonstrations, and interactive discussions with MSMEs. The results of the activity indicate an increase in community understanding and skills in utilizing digital technology as a means of promotion, transactions, and business development. Thus, this program is expected to encourage the independence of MSMEs in Kotarindau Village and expand market reach, thereby increasing the competitiveness of local products.*

***Keywords:** MSMEs, empowerment, digital systems, competitiveness,*

Abstrak Kegiatan pengabdian kepada masyarakat ini bertujuan untuk meningkatkan daya saing Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah (UMKM) di Desa Kotarindau melalui pemanfaatan sistem digital. Perkembangan teknologi menuntut pelaku UMKM untuk beradaptasi dengan perubahan pasar yang semakin kompetitif, terutama dalam aspek pemasaran, manajemen, dan pengelolaan usaha. Melalui program sosialisasi, tim pengabdian memberikan pendampingan berupa pelatihan penggunaan platform digital, strategi pemasaran online, serta pengelolaan keuangan berbasis aplikasi. Metode yang digunakan meliputi penyuluhan, demonstrasi langsung, dan diskusi interaktif dengan para pelaku UMKM. Hasil kegiatan menunjukkan meningkatnya pemahaman dan keterampilan masyarakat dalam memanfaatkan teknologi digital sebagai sarana promosi, transaksi, dan pengembangan usaha. Dengan demikian, program ini diharapkan mampu mendorong kemandirian UMKM Desa Kotarindau serta memperluas jangkauan pasar sehingga daya saing produk lokal semakin meningkat.

Kata kunci: UMKM, pemberdayaan, sistem digital, daya saing,

PENDAHULUAN

Pelaksanaan kegiatan pengabdian dilaksanakan di Desa Kotarindau Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah (UMKM) memiliki peran strategis dalam mendorong pertumbuhan ekonomi masyarakat, terutama di wilayah pedesaan. UMKM tidak hanya menjadi sumber utama mata pencaharian masyarakat, tetapi juga mampu menyerap tenaga kerja, meningkatkan pendapatan, serta memperkuat struktur ekonomi lokal. Namun demikian, perkembangan UMKM di Desa Kortarindau masih menghadapi berbagai tantangan, di antaranya keterbatasan modal, minimnya akses pasar, serta rendahnya pemanfaatan teknologi digital dalam kegiatan usaha.

Peran UMKM sangat penting dalam membuka lapangan kerja, meningkatkan pendapatan, serta mendorong kemandirian ekonomi desa. Namun, perkembangan UMKM di wilayah ini masih menghadapi berbagai kendala, seperti keterbatasan akses pasar, minimnya modal, serta rendahnya pemahaman dalam memanfaatkan teknologi digital. Di era transformasi digital, kemampuan pelaku UMKM untuk menggunakan

sistem digital menjadi faktor utama dalam meningkatkan daya saing. Pemanfaatan media sosial, marketplace, hingga aplikasi keuangan digital dapat memperluas jangkauan pasar, mempercepat transaksi, serta memperkuat posisi UMKM dalam persaingan. Sayangnya, masih banyak pelaku UMKM di Desa Kotarindau yang belum menguasai keterampilan tersebut.

TINJAUAN PUSTAKA

UMKM merupakan salah satu pilar utama perekonomian nasional yang berperan penting dalam menyerap tenaga kerja, menciptakan lapangan kerja baru, serta meningkatkan pendapatan masyarakat. Menurut Undang-Undang Nomor 20 Tahun 2008 tentang UMKM, kriteria usaha mikro, kecil, dan menengah didasarkan pada jumlah kekayaan bersih dan hasil penjualan tahunan. UMKM memiliki peran strategis, terutama di pedesaan, sebagai motor penggerak ekonomi lokal. Namun, UMKM juga menghadapi tantangan seperti keterbatasan modal, akses pasar, kualitas sumber daya manusia, dan rendahnya pemanfaatan teknologi (Tambunan, 2019). Pemberdayaan UMKM adalah upaya untuk meningkatkan kapasitas, kemandirian, dan daya saing pelaku usaha kecil melalui berbagai strategi seperti pelatihan, pendampingan, akses permodalan, dan perluasan jaringan pasar. Menurut Sutrisno (2020), pemberdayaan UMKM harus dilakukan secara berkesinambungan dengan melibatkan berbagai pihak, baik pemerintah, akademisi, maupun sektor swasta, agar pelaku UMKM mampu bertahan menghadapi persaingan global. Pemberdayaan yang efektif dapat meningkatkan produktivitas, inovasi, serta memperluas daya saing produk di pasar nasional maupun internasional.

Perkembangan teknologi informasi dan komunikasi telah membawa perubahan besar dalam dunia bisnis. Digitalisasi UMKM mengacu pada pemanfaatan teknologi digital dalam berbagai aspek usaha, mulai dari pemasaran, transaksi, manajemen, hingga pelayanan konsumen. Menurut Purwana et al. (2017), penggunaan platform digital seperti marketplace, media sosial, dan aplikasi keuangan dapat membantu UMKM memperluas pasar, meningkatkan efisiensi operasional, dan memperkuat interaksi dengan konsumen. Namun, keterbatasan literasi digital masih menjadi hambatan utama bagi sebagian besar pelaku UMKM, terutama di wilayah pedesaan.

Daya saing merupakan kemampuan suatu usaha untuk mempertahankan keberlanjutan dan memenangkan pasar. Menurut Porter (1990), daya saing dipengaruhi oleh keunggulan biaya, diferensiasi produk, serta kemampuan berinovasi. Bagi UMKM, penerapan sistem digital dapat meningkatkan daya saing melalui peningkatan akses informasi, promosi yang lebih luas, serta efisiensi biaya operasional. Hal ini sejalan dengan penelitian Haryanto (2021) yang menunjukkan bahwa digitalisasi UMKM mampu meningkatkan penjualan, memperluas jangkauan pasar, serta memperkuat posisi usaha di tengah persaingan global.

Khusus di desa, digitalisasi UMKM memiliki peran ganda: selain meningkatkan daya saing usaha, juga mendorong pembangunan ekonomi lokal berbasis potensi daerah. Sosialisasi dan pelatihan berbasis teknologi menjadi langkah strategis dalam menjembatani kesenjangan digital. Menurut Yuliana (2022), pemanfaatan sistem digital

dalam pemberdayaan UMKM di pedesaan tidak hanya meningkatkan akses pasar, tetapi juga memperkuat identitas produk lokal sehingga lebih bernilai tambah.

METODE

Metode yang digunakan oleh tim pengabdian mencakup dua metode sekaligus sebagai berikut (Mardikanto dan Soebiato, 2013). Pertama, metode ceramah, dalam hal ini tim pengabdian menyampaikan materi kepada masyarakat sasaran mengenai topik pengabdian. Ceramah disampaikan oleh ketua Pengabdian selanjutnya, metode diskusi dan sharing antara masyarakat sasaran dengan tim pengabdian. Adapun evaluasi yang digunakan oleh tim pengabdian adalah model CIPP (*Context, Input, Process, and Product*) yang digagas oleh Tayipnafis (2008) sebagaimana dikutip oleh Mardikanto dan Soebiato (2013). Penjelasan dari metode evaluasi ini adalah sebagai berikut: a. Evaluasi Contexts, berkaitan dengan beberapa faktor dan kondisi sebelum dilaksanakan pengabdian kepada masyarakat, yakni tentang partisipasi masyarakat dalam pembangunan; b. Evaluasi Input, adalah evaluasi terkait dengan masukan yang diberikan tim pengabdian kepada masyarakat sasaran; c. Evaluasi Process, yakni terkait dengan pelaksanaan program pengabdian dari awal sampai akhir; d. Evaluasi Product, yakni terkait dengan kualitas hasil kegiatan yang dicapai berdasarkan feedback dari masyarakat

HASIL DAN PEMBAHASAN

Pelaksanaan kegiatan pengabdian kepada masyarakat berupa *sosialisasi dan pendampingan* telah berlangsung dengan baik dan mendapat respon positif dari masyarakat Desa Kotarindau, khususnya para pelaku UMKM. Beberapa hasil yang diperoleh antara lain:

- **Peningkatan Pemahaman**
Peserta memahami pentingnya digitalisasi dalam pengembangan usaha, khususnya terkait manfaat teknologi dalam promosi, pemasaran, dan pengelolaan bisnis.
- **Keterampilan Praktis**
Para pelaku UMKM berhasil membuat akun media sosial bisnis dan sebagian sudah mampu memanfaatkan marketplace lokal maupun nasional sebagai sarana pemasaran produk.
- **Manajemen Keuangan**
Peserta memperoleh pengetahuan dasar dalam menggunakan aplikasi sederhana untuk pencatatan keuangan, sehingga dapat membedakan antara keuangan pribadi dan usaha.
- **Jaringan Usaha**
Kegiatan ini mendorong terbentuknya jejaring bisnis antar pelaku UMKM di Desa Kotarindau, sehingga memungkinkan adanya kolaborasi usaha serta berbagi informasi peluang pasar.

Pembahasan

Hasil kegiatan menunjukkan bahwa transformasi digital pada UMKM di pedesaan, termasuk Desa Kotarindau, memiliki potensi besar untuk meningkatkan daya saing usaha. Sebelum kegiatan ini, sebagian besar pelaku UMKM masih mengandalkan metode konvensional dalam menjual produk, seperti pemasaran dari mulut ke mulut atau melalui pasar tradisional. Hal ini membuat jangkauan pasar terbatas dan kurang mampu bersaing dengan produk dari luar daerah.

Melalui sosialisasi, peserta dapat memahami peran teknologi digital dalam memperluas jangkauan pasar. Pendampingan juga membantu pelaku UMKM dalam praktik langsung, misalnya membuat konten promosi, mengunggah produk ke media sosial, serta melakukan interaksi dengan konsumen secara online. Dengan adanya keterampilan ini, para pelaku usaha dapat lebih mandiri dalam mengelola promosi dan transaksi digital.

Namun demikian, ditemukan pula beberapa kendala yang masih dihadapi, seperti keterbatasan perangkat (smartphone/laptop), kurangnya jaringan internet yang stabil di beberapa wilayah desa, serta kemampuan literasi digital yang masih perlu ditingkatkan. Kendala-kendala ini menjadi catatan penting agar program pendampingan dapat dilakukan secara berkelanjutan dengan dukungan pemerintah desa, lembaga pendidikan, maupun pihak terkait lainnya. Secara keseluruhan, kegiatan ini telah memberikan dampak positif bagi pelaku UMKM di Desa Kotarindau, baik dari segi pengetahuan, keterampilan, maupun kepercayaan diri dalam memanfaatkan teknologi digital. Dengan dukungan berkelanjutan, diharapkan UMKM di desa ini mampu meningkatkan daya saing, memperluas pasar, serta memberikan kontribusi nyata terhadap pertumbuhan ekonomi desa.

Program Pemberdayaan UMKM dengan Sistem Digital Guna Meningkatkan Daya Saing di Desa Kotarindau

1. Pentingnya UMKM bagi Perekonomian

- UMKM sebagai tulang punggung ekonomi rakyat.
- Menyerap tenaga kerja lokal dan meningkatkan pendapatan keluarga.
- Mendorong pertumbuhan ekonomi desa dan mengurangi urbanisasi.

2. Permasalahan UMKM di Desa

- Pemasaran masih terbatas secara konvensional.
- Kesulitan mengakses modal usaha.
- Minimnya keterampilan digital dalam promosi dan pengelolaan usaha.
- Belum adanya jaringan usaha yang luas.

3. Era Digital dan Tantangan UMKM

- Perubahan perilaku konsumen: lebih banyak berbelanja online.
- Persaingan produk semakin ketat, termasuk dari luar daerah.
- Digitalisasi menjadi peluang besar untuk memperluas pasar.
- Teknologi sebagai sarana efisiensi usaha dan branding produk.

4. Pemberdayaan UMKM Berbasis Digital

a. Strategi Pemasaran Digital

- Pemanfaatan **media sosial (Facebook, Instagram, TikTok, WhatsApp Business)** untuk promosi.
- Menggunakan **marketplace (Shopee, Tokopedia, Lazada, dll.)** untuk menjual produk secara lebih luas.
- Membuat **konten kreatif**: foto produk, video singkat, testimoni konsumen.

b. Manajemen Usaha Digital

- Pencatatan keuangan dengan aplikasi sederhana (misalnya BukuKas, Akuntansi UKM).
- Pengelolaan stok dan transaksi berbasis aplikasi.
- Pembuatan logo dan branding produk agar lebih menarik.

c. Jejaring Bisnis Digital

- Bergabung dalam komunitas UMKM online.
- Menjalin kerja sama antar pelaku usaha desa.
- Meningkatkan keterlibatan dalam program pemerintah dan CSR perusahaan.

5. Dampak Positif Digitalisasi bagi UMKM

- Akses pasar lebih luas (lokal, nasional, bahkan internasional).
- Promosi lebih murah, efektif, dan cepat.
- Keuangan usaha lebih transparan dan teratur.
- Peningkatan daya saing produk lokal.
- Terbangunnya ekosistem UMKM yang lebih mandiri dan berkelanjutan.

6. Rekomendasi Keberlanjutan

- Pelatihan digital dilakukan secara rutin.
- Dukungan infrastruktur internet di desa.
- Kolaborasi dengan pemerintah desa, perguruan tinggi, dan lembaga keuangan.
- Pembentukan komunitas UMKM digital di Desa Kotarindau.

Ucapan Terima Kasih

Tim pelaksana pengabdian kepada masyarakat Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik Universitas Tadulako Sulawesi Tengah mengucapkan terima kasih kepada semua pihak yang telah mendukung kegiatan Pengabdian Kepada Masyarakat., terkhusus kepada Lembaga Penelitian dan Pengabdian Kepada Masyarakat (LPPM) Universitas Tadulako. Tim Pengabdian juga mengucapkan terima kasih kepada Kepala Desa Kotarindau, beserta perangkat desa serta masyarakat/Peserta Sosialisasi, atas bantuan dan fasilitas yang diberikan kepada Tim sehingga Pelaksanaan kegiatan Pengabdian Kepada Masyarakat ini berjalan dengan baik dan selesai sesuai dengan waktu yang ditetapkan.

DAFTAR PUSTAKA

- Ruth, D., & Candraningrum, D. A. (2020). Pengaruh Motif Penggunaan Media Baru TikTok terhadap Personal Branding Generasi Milenial di Instagram. *Koneksi*, 4(2), 207. <https://doi.org/10.24912/kn.v4i2.8093>
- Robert Adam. 1995 *Pemberdayaan Masyarakat di Era Global*. Bandung: Alfabeta.
- Suharsono, R. S., & Sari, R. P. (2019). Pengaruh Promosi Media Online terhadap
- Porter, M. 1990. Why are firms successful. Paper presented at the Fundamental Issues in Strategy Conference, Napa, CA
- Sutrisno, dkk. 2022. *E-Commerce:Strategi dan Inovasi Bisnis Berbasis Digital*. Bandung:CV Media Sains Indonesia.
- Purwana, D., Rahmi, & Aditya, S. (2017). Pemanfaatan Digital Marketing Bagi Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah (UMKM) di Kelurahan Malaka Sari, Duren Sawit. *Jurnal Pemberdayaan Masyarakat Madani*, 1(1), 1–17.
- Tulus T.H Tambunan, 2009, *UMKN di INDONESIA*, Ghalia Indonesia, Bogor
- Purwana, D., Rahmi, R., & Aditya, S. (2017). Pemanfaatan Digital Marketing Bagi Usaha Mikro, Kecil, Dan Menengah (UMKM) Di Kelurahan Malaka Sari, Duren Sawit. *Jurnal Pemberdayaan Masyarakat Madani (JPMM)*, 1(1), 1– 17. <https://doi.org/10.21009/jpmm.001.1.01>