

Pemanfaatan Teknologi Digital untuk Meningkatkan Daya Saing Usaha Mikro Desa Tridana Mulya Kabupaten Konawe Selatan

Asrul Asrul^{1*}, Sarinah Sarinah², Muh. Rijal², La Ode Agus Said², Munawir Makmur¹, Nur Azizah Rusudu¹, Candra Puspita Ningtyas¹

¹Prodi Administrasi Bisnis, Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik Universitas Halu Oleo, Kendari

²Prodi Administrasi Publik, Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik Universitas Halu Oleo, Kendari

*Koresponden: asrul@akba.ac.id

Informasi Artikel	Abstract
Diterima: 28 – Mei - 2025	<i>Tridana Mulya Village is located in South Konawe Regency, showing prospective local economic potential through micro business activities in various productive sectors. In the agricultural sector, the main activities include the cultivation of horticultural crops such as coffee, chili, tomatoes, and long beans. The Craft and Home Industry Sector such as bamboo weaving and coconut fiber crafts. Meanwhile, the traditional culinary sector shows economic dynamics through the existence of coffee shops that serve local Tolaki coffee products as well as the production and distribution of traditional foods such as onde-onde, bagea, barongko, cucur, layer cake, banana chips, and cassava chips, which have cultural and economic value. However, limited access to information technology and low levels of digital literacy are still the main inhibiting factors in efforts to increase the competitiveness of local products. The Community Partnership Program (PKM) aims to increase the capacity of micro-entrepreneurs in villages through the integration of digital technology in business activities. The empowerment strategies implemented include practical digital marketing training, the use of social media as a means of promotion, and an introduction to e-commerce platforms as an alternative distribution channel. The methods used include mentoring, practice-based training, and evaluation based on indicators for increasing productivity and marketing. The results of this activity are increased knowledge and digital skills of business actors, increased market reach, and growth in micro-business income. Thus, this program can be a model for digital-based economic empowerment in rural areas towards a resilient and competitive local economy.</i>
Disetujui: 25 – Juni - 2025	Keywords: <i>Digital Technology; Micro Enterprises; Empowerment; Digital Marketing; Competitiveness.</i>
Dipublikasikan: 30 – Juni - 2025	Abstrak <p>Desa Tridana Mulya terletak di Kabupaten Konawe Selatan, menunjukkan potensi ekonomi lokal yang prospektif melalui aktivitas usaha mikro di berbagai sektor produktif. Pada sektor pertanian, kegiatan utama meliputi budidaya tanaman hortikultura seperti kopi, cabai, tomat, dan kacang panjang. Sektor Kerajinan dan Industri Rumah Tangga seperti anyaman bamboo dan kerajinan dari sabut kelapa. Sementara itu, sektor kuliner tradisional memperlihatkan dinamika ekonomi melalui keberadaan warung kopi yang menyajikan produk kopi lokal khas Tolaki serta produksi dan distribusi makanan tradisional seperti onde-onde, bagea, barongko, cucur, kue lapis, keripik pisang, dan keripik singkong, yang memiliki nilai budaya sekaligus ekonomi. Namun, keterbatasan akses terhadap teknologi informasi dan rendahnya tingkat literasi digital masih menjadi faktor penghambat utama dalam upaya peningkatan daya saing produk-produk lokal. Program Kemitraan Masyarakat (PKM) ini bertujuan untuk meningkatkan kapasitas pelaku usaha mikro di desa melalui integrasi teknologi digital dalam aktivitas usaha. Strategi pemberdayaan yang diterapkan mencakup pelatihan praktis pemasaran digital, pemanfaatan media sosial sebagai sarana promosi, serta pengenalan terhadap platform e-commerce sebagai alternatif saluran distribusi. Metode yang digunakan meliputi pendampingan, pelatihan berbasis praktik, serta evaluasi berbasis indikator peningkatan</p>



produktivitas dan pemasaran. Hasil dari kegiatan ini adalah meningkatnya pengetahuan dan keterampilan digital pelaku usaha, peningkatan jangkauan pasar, serta pertumbuhan pendapatan usaha mikro. Dengan demikian, program ini dapat menjadi model pemberdayaan ekonomi berbasis digital di wilayah pedesaan menuju ekonomi lokal yang tangguh dan berdaya saing.

Kata kunci: Teknologi Digital; Usaha Mikro; Pemberdayaan; Pemasaran Digital; Daya Saing.

PENDAHULUAN

Usaha Mikro Kecil Menengah (UMKM) merupakan kegiatan usaha yang mampu memperluas lapangan kerja, memberikan pelayanan ekonomi secara luas kepada masyarakat berperan dalam proses pemerataan dan peningkatan pendapatan masyarakat, mendorong pertumbuhan ekonomi, dan berperan dalam mewujudkan stabilitas nasional (Munthe, 2023). Keberadaan UMKM sangat penting dalam pertumbuhan ekonomi negara serta dapat bermanfaat dan mendistribusikan pendapatan masyarakat (Aliyah, 2022). Usaha mikro merupakan tulang punggung perekonomian desa dan memiliki peran penting dalam menggerakkan roda ekonomi masyarakat.

Desa Tridana Mulya, Kabupaten Konawe Selatan, terdapat berbagai jenis usaha mikro mulai dari sektor pertanian seperti budidaya tanaman hortikultura seperti kopi, cabai, tomat, dan kacang panjang. Sektor kerajinan dan industri rumah tangga seperti anyaman bamboo dan kerajinan dari sabut kelapa. Sementara itu, sektor kuliner tradisional memperlihatkan dinamika ekonomi melalui keberadaan warung kopi yang menyajikan produk kopi lokal khas Tolaki serta produksi dan distribusi makanan tradisional seperti onde-onde, bagea, barongko, cucur, kue lapis, keripik pisang, dan keripik singkong, yang memiliki nilai budaya sekaligus ekonomi. Namun, keterbatasan akses terhadap teknologi informasi dan rendahnya tingkat

literasi digital masih menjadi faktor penghambat utama dalam upaya peningkatan daya saing produk-produk lokal.

Dalam konteks transformasi digital, teknologi informasi dan komunikasi (TIK) berperan sebagai instrumen strategis yang mampu mendorong efisiensi operasional, memperluas akses pasar, serta memperkuat daya saing pelaku usaha mikro di tengah dinamika persaingan ekonomi yang semakin kompleks. Namun, tingkat adopsi teknologi digital di kalangan pelaku usaha di Desa Tridana Mulya masih rendah, yang disebabkan oleh keterbatasan pengetahuan dan keterampilan digital, serta belum memadainya infrastruktur pendukung yang diperlukan untuk menunjang pemanfaatan teknologi secara optimal.

Program Kemitraan Masyarakat (PKM) ini dirancang untuk menjawab tantangan tersebut melalui serangkaian kegiatan yang terstruktur dan berkelanjutan, meliputi pelatihan literasi digital, pengenalan strategi pemasaran berbasis media sosial, serta pemanfaatan platform e-commerce. Diharapkan melalui kegiatan ini, daya saing usaha mikro desa dapat meningkat dan mampu bersaing di pasar yang lebih luas, baik di tingkat regional maupun nasional.

Perkembangan teknologi digital telah membawa perubahan mendasar dalam berbagai aspek kehidupan, termasuk cara bisnis beroperasi dan berinteraksi dengan pelanggan. Digitalisasi telah menciptakan peluang baru untuk

meningkatkan efisiensi, memperluas pasar, dan menciptakan model bisnis yang inovatif (Asrul, 2025). Teknologi informasi tidak hanya menjadi alat bantu, tetapi juga menjadi faktor kunci dalam mencapai keunggulan kompetitif di pasar yang semakin kompleks dan berubah dengan cepat (Prihandono & Amir, 2024). Penggunaan media sosial, e-commerce, dan berbagai aplikasi pendukung bisnis memungkinkan pelaku usaha menjangkau konsumen lebih luas, memperkenalkan produk secara efektif, serta membangun merek yang kuat. Oleh karena itu, pemberdayaan pelaku usaha mikro melalui teknologi digital menjadi sebuah kebutuhan yang mendesak. Implementasi strategi digital tidak hanya berfungsi sebagai alat bantu pemasaran, tetapi juga sebagai sarana transformasi model bisnis yang berorientasi pada pertumbuhan jangka panjang.

Program Kemitraan Masyarakat (PKM) ini dirancang untuk membantu pelaku usaha mikro di desa Tridana Mulya dalam meningkatkan kapasitas dan daya saing usahanya melalui pendekatan digitalisasi. Kegiatan ini akan difokuskan pada pelatihan literasi digital dasar, pengenalan strategi pemasaran digital melalui media sosial seperti Facebook, Instagram, dan WhatsApp Business,

serta pemanfaatan platform e-commerce lokal dan nasional seperti Tokopedia dan Shopee. Selain itu, akan dilakukan pendampingan intensif guna memastikan implementasi teknologi berjalan efektif dan berkelanjutan.

Kegiatan PKM ini juga selaras dengan upaya pemerintah dalam mendukung digitalisasi UMKM sebagai bagian dari program nasional transformasi ekonomi digital. Melalui intervensi yang tepat sasaran, pelaku usaha diharapkan mampu beradaptasi dengan perubahan zaman, meningkatkan efisiensi operasional, memperluas akses pasar, serta menciptakan nilai tambah bagi produknya.

METODE

Metode pelaksanaan kegiatan PKM ini menggunakan pendekatan partisipatif dan aplikatif, di mana mitra (pelaku usaha mikro) dilibatkan secara aktif dalam seluruh rangkaian kegiatan mulai dari perencanaan, pelatihan, hingga evaluasi. Kegiatan ini bersifat edukatif, pelatihan praktis, dan pendampingan intensif, dengan fokus pada penguatan kapasitas dan pemanfaatan langsung teknologi digital dalam operasional usaha.



Gambar 1. Tahapan Pelaksanaan Pengabdian

Lokasi kegiatan berada di desa Tridana Mulya, kecamatan Mowila, kabupaten Konawe Selatan. Sasaran kegiatan adalah pelaku usaha mikro lokal yang bergerak di bidang usaha kuliner, kerajinan, dan pengolahan hasil pertanian, dengan jumlah peserta yang ditargetkan sebanyak 25 orang pelaku usaha aktif yang belum memanfaatkan teknologi digital secara optimal. Kegiatan PKM ini dilaksanakan dalam beberapa tahapan sebagai berikut:

1. Tahap persiapan dan survei awal yaitu; 1) Identifikasi dan pemetaan usaha mikro di desa Tridana Mulya, 2) Survei kebutuhan pelatihan dan asesmen tingkat literasi digital pelaku usaha, 3) Penyusunan modul pelatihan dan materi pendampingan.
2. Pelaksanaan pelatihan dan workshop yang dilakukan secara langsung (tatap muka) dengan pendekatan berbasis praktik, meliputi; a) Pengenalan teknologi digital dasar seperti penggunaan smartphone, internet, dan aplikasi bisnis sederhana, b) Pelatihan pemasaran digital seperti pemanfaatan media sosial (facebook, instagram, whatsApp business) untuk promosi produk, c) Pelatihan E-Commerce yaitu pengenalan dan praktik menggunakan marketplace seperti tokopedia, shopee, dan platform lokal lainnya, dan d)

Pembuatan konten digital seperti foto produk, penulisan deskripsi menarik, dan strategi branding online.

3. Pendampingan dan Implementasi yang dilakukan setelah pelatihan selama 2–3 bulan yang bertujuan untuk; 1) Membantu peserta membuka akun bisnis di media sosial dan e-commerce, 2) Menyusun strategi promosi digital yang sesuai dengan karakteristik produk, dan 3) Memonitor perkembangan penjualan, kendala teknis, dan kebutuhan tambahan.
4. Evaluasi dan refleksi yaitu; a) Evaluasi dilakukan melalui kuisioner pre-test dan post-test, observasi, dan wawancara, b) Penilaian difokuskan pada peningkatan literasi digital, keterampilan pemasaran, dan perubahan dalam jangkauan pasar, c) Penyusunan laporan dan rekomendasi pengembangan lanjutan.
5. Waktu pelaksanaan kegiatan yang dilaksanakan selama 5 bulan, dengan rincian sebagai berikut:
 - 1) Bulan 1: Persiapan dan survei awal
 - 2) Bulan 2: Pelatihan intensif
 - 3) Bulan 3–4: Pendampingan dan monitoring
 - 4) Bulan 5: Evaluasi dan pelaporan

HASIL

Program Kemitraan Masyarakat (PkM) yang dilaksanakan di desa Tridana Mulya selama lima bulan menunjukkan hasil yang positif dan signifikan terhadap peningkatan

daya saing usaha mikro di wilayah tersebut. Kegiatan yang terdiri dari pelatihan literasi digital, workshop pemasaran online, dan pendampingan implementasi teknologi digital berhasil diikuti oleh 25 pelaku usaha mikro yang bergerak di bidang kuliner, kerajinan tangan, dan produk olahan hasil pertanian.

Adapun hasil utama dari pelaksanaan kegiatan ini adalah sebagai berikut:

1. Peningkatan Literasi Digital

Berdasarkan hasil pre-test dan post-test, terdapat peningkatan pemahaman peserta terhadap penggunaan perangkat digital (smartphone, internet, dan aplikasi bisnis) dari rata-rata nilai 52 menjadi 87.

2. Pemanfaatan Media Sosial untuk Pemasaran:

Sebanyak 92% peserta telah berhasil membuat akun bisnis di media sosial seperti Facebook, Instagram, dan WhatsApp Business. Mereka juga mulai aktif memposting konten promosi produk, memanfaatkan fitur marketplace Facebook, dan melakukan komunikasi langsung dengan pelanggan.

3. Akses ke Platform E-Commerce:

Sekitar 60% peserta telah mendaftarkan produknya ke platform marketplace seperti Tokopedia dan Shopee, meskipun masih memerlukan pendampingan lanjutan untuk optimalisasi penggunaan fitur-fitur lanjutan di dalam platform tersebut.

4. Peningkatan Omzet Penjualan:

Selama dua bulan masa pendampingan, 68% pelaku usaha mengalami peningkatan omzet antara 15–40%, terutama dari pembeli luar desa yang menemukan produk melalui media sosial dan e-commerce.

5. Pembentukan Jejaring Usaha Digital

Lokal:

Peserta program membentuk kelompok WhatsApp sebagai forum berbagi informasi, strategi pemasaran, serta peluang kerja sama antarusaha mikro dalam pengemasan dan distribusi produk.

PEMBAHASAN

Keberhasilan program ini menunjukkan bahwa teknologi digital, bila dimanfaatkan secara tepat dan kontekstual, mampu meningkatkan daya saing usaha mikro di wilayah pedesaan. Digitalisasi dapat menciptakan efisiensi dan memperluas akses pasar (Brynjolfsson & McAfee, 2014; Fitzgerald, 2013). Selain itu berdasarkan hasil pelatihan, sebanyak 92% peserta di desa Tridana Mulya telah berhasil membuat akun bisnis di media sosial seperti facebook, instagram, dan whatsapp business. Mereka juga mulai aktif memposting konten promosi produk, memanfaatkan fitur marketplace Facebook, dan melakukan komunikasi langsung dengan pelanggan. Menjalani bisnis menggunakan media sosial pada zaman sekarang sangat memungkinkan karna dilihat

dari banyaknya pengguna jejaring sosial saat ini dan juga tingkat konsumtif dari masyarakat Indonesia sangatlah besar (Khairi, 2025).

Pelatihan yang berbasis praktik langsung memberikan dampak nyata dalam peningkatan keterampilan digital peserta. Selain itu, pendekatan pendampingan personal mendorong peserta lebih percaya diri dan konsisten dalam mengadopsi teknologi baru. Namun, terdapat beberapa tantangan yang juga muncul selama pelaksanaan kegiatan, di antaranya:

- a. Keterbatasan akses internet: Beberapa wilayah di desa Tridana Mulya masih mengalami konektivitas internet yang tidak stabil, sehingga mempengaruhi efektivitas dalam menjalankan strategi pemasaran digital.
- b. Keterbatasan perangkat dan modal: Tidak semua pelaku usaha memiliki perangkat yang memadai atau modal tambahan untuk mendukung proses digitalisasi misalnya, kamera bagus untuk foto produk, pengemasan modern, atau biaya iklan berbayar di media sosial.
- c. Kesulitan adaptasi bagi peserta lansia: Peserta dengan usia lanjut cenderung lebih lambat dalam mengadopsi teknologi baru. Hal ini perlu diatasi dengan pendekatan pembelajaran yang lebih personal dan sabar.

Meskipun demikian, secara umum kegiatan ini berhasil mendorong perubahan

mindset pelaku usaha mikro tentang pentingnya digitalisasi. Mereka kini menyadari bahwa pemasaran tidak lagi hanya dilakukan secara tatap muka atau melalui pasar lokal, tetapi bisa diperluas dengan media digital secara efektif dan efisien. Program ini juga membuka peluang jangka panjang untuk pengembangan ekonomi digital di pedesaan, terutama jika disinergikan dengan dukungan pemerintah daerah, CSR perusahaan, dan lembaga pendidikan.

KESIMPULAN

Pelaksanaan Program Kemitraan Masyarakat (PKM) di desa Tridana Mulya telah menunjukkan bahwa pemanfaatan teknologi digital dapat secara signifikan meningkatkan daya saing pelaku usaha mikro. Melalui pelatihan, workshop, dan pendampingan, para pelaku usaha mampu memahami dan menerapkan strategi pemasaran digital dengan memanfaatkan media sosial dan platform e-commerce.

Program ini juga berhasil meningkatkan literasi digital peserta, memperluas jangkauan pasar produk lokal, serta mendorong pertumbuhan pendapatan usaha secara nyata. Pembentukan jejaring usaha berbasis digital juga memperkuat kolaborasi antarpelaku usaha dan membuka peluang baru untuk inovasi serta pengembangan usaha. Secara keseluruhan, kegiatan PKM ini dapat dijadikan langkah strategis dalam mendorong transformasi ekonomi desa melalui digitalisasi

usaha mikro, serta dapat dijadikan model pengembangan ekonomi lokal yang berbasis teknologi di wilayah pedesaan lainnya.

DAFTAR PUSTAKA

- Aliyah, A. H. (2022). Peran Usaha Mikro Kecil dan Menengah (UMKM) untuk Meningkatkan Kesejahteraan Masyarakat. *WALFARE: Jurnal Ilmu Ekonomi*. 3 (1), 64-72.
- Asrul. (2025). Transpormasi Bisnis di Era Digital: Peluang, Tantangan, dan Strategi. *Jurnal Minfo Polgan*. 13 (2), 2294-2298.
- Brynjolfsson, E., & McAfee, A. (2014). *The Second Machine Age: Work, Progress, and Prosperity in a Time of Brilliant Technologies*. W.W. Norton & Company
- Fitzgerald, M., Kruschwitz, N., Bonnet, D., & Welch, M. (2013). Embracing Digital Technology: A New Strategic Imperative. *MIT Sloan Management Review*, 55 (2).
- Khairi, M., Rianto, B., Chrismondari., Yolnasdi., & Halil, M. (2025). Pengaruh Teknologi dalam Transformasi Ekonomi dan Bisnis di Era Digital. *Jurnal Perangkat Lunak*, 7 (1), 71-78.
- Munthe, A., Yarham, M., & Siregar, R. (2023). Peranan Usaha Mikro Kecil Menengah terhadap Perekonomian Indonesia. *Jurnal Ekonomi Bisnis, Manajemen dan Akuntansi (JEBMAK)*, 2 (3), 594-614.
- Prihandono, G. & Amir, M. T. (2024). Implementasi Teknologi Informasi dalam Meningkatkan Efisiensi Organisasi Daya Saing Perusahaan. *Journal of Economics and Business UBS*. 12 (2), 577-587