

Pemberdayaan UMKM di Era Digital Melalui Transformasi Teknologi dan Inovasi Bisnis di Desa Pematang Barangan

Adolf Bastian¹, Nurliana Nasution², Yogi Yunefri³, Hardi⁴, Nurhayani Lubis⁵, Richa Afriana Munthe⁶, Imran Al Ucock Nasution⁷, Nofrizal⁸, Sri Wahyuni⁹

Universitas Lancang Kuning

*nurhayanalubis@unilak.ac.id⁵

Article History:

Received: 26 January 2026

Revised: 10 Februari 2026

Accepted: 11 Februari 2026

Keywords: Digitalisasi, inovasi bisnis, Pemberdayaan UMKM, Transformasi teknologi

Abstrak: Transformasi digital dan inovasi bisnis merupakan faktor penting dalam meningkatkan daya saing Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah (UMKM) di era ekonomi digital. Namun, pelaku UMKM di wilayah perdesaan masih menghadapi keterbatasan literasi teknologi dan kemampuan inovasi. Kegiatan Pengabdian kepada Masyarakat ini bertujuan meningkatkan pemahaman pelaku UMKM di Desa Pematang Barangan, Kecamatan Rambah, Kabupaten Rokan Hulu, melalui penyuluhan mengenai digitalisasi usaha dan strategi inovasi bisnis. Kegiatan dilaksanakan pada 6 Desember 2025 dengan melibatkan 25 peserta UMKM dan dua narasumber dari Sekolah Pascasarjana Universitas Lancang Kuning. Metode yang digunakan meliputi ceramah, diskusi, dan pengisian kuesioner. Hasil menunjukkan peningkatan pemahaman peserta terhadap pemanfaatan teknologi digital dan pentingnya inovasi dalam pengembangan usaha. Kegiatan ini diharapkan mendorong UMKM desa menjadi lebih adaptif, kompetitif, dan berkelanjutan.

Pendahuluan

Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah (UMKM) merupakan tulang punggung perekonomian nasional yang berperan penting dalam penciptaan lapangan kerja, pemerataan pendapatan, serta penguatan ekonomi lokal. Di Indonesia, UMKM berkontribusi lebih dari 60% terhadap Produk Domestik Bruto (PDB) dan menyerap lebih dari 90% tenaga kerja nasional (Kementerian Koperasi dan UKM, 2023). Meskipun memiliki peran strategis, sebagian besar UMKM, khususnya di wilayah perdesaan, masih menghadapi keterbatasan dalam adopsi teknologi digital dan pengembangan inovasi bisnis (Tambunan, 2019).

Perkembangan teknologi informasi telah mengubah lanskap persaingan usaha, menuntut UMKM untuk bertransformasi dari pola konvensional menuju pemanfaatan

platform digital dalam pemasaran, pengelolaan keuangan, dan manajemen pelanggan. Studi oleh Susanti (2020) menunjukkan bahwa digitalisasi mampu meningkatkan jangkauan pasar, efisiensi operasional, serta daya saing UMKM secara signifikan. Namun demikian, tingkat literasi digital pelaku UMKM di daerah pedesaan masih relatif rendah, sehingga pemanfaatan e-commerce, media sosial, dan aplikasi bisnis belum optimal (Rachmawati, Handayani, & Wibowo, 2018).

Kondisi serupa juga ditemukan pada UMKM di Desa Pematang Barangan, Kecamatan Rambah, Kabupaten Rokan Hulu, yang sebagian besar masih mengandalkan sistem pemasaran tradisional dan pencatatan keuangan manual. Padahal, penelitian oleh Prasetyo dan Sutopo (2018) menegaskan bahwa adopsi teknologi digital pada UMKM tidak hanya meningkatkan volume penjualan, tetapi juga memperkuat keberlanjutan usaha dalam jangka panjang. Selain aspek digitalisasi, inovasi bisnis juga menjadi faktor penting dalam menghadapi persaingan. Inovasi produk, proses, dan model bisnis terbukti berpengaruh positif terhadap kinerja UMKM (Setiawan & Wardoyo, 2020).

Lebih lanjut, OECD (2017) menyatakan bahwa transformasi digital pada UMKM di negara berkembang harus didukung melalui peningkatan kapasitas sumber daya manusia, pendampingan, dan edukasi berkelanjutan. Tanpa intervensi berupa pelatihan dan penyuluhan, kesenjangan adopsi teknologi antara UMKM perkotaan dan perdesaan akan semakin melebar. Oleh karena itu, kegiatan penyuluhan mengenai digitalisasi dan inovasi bisnis bagi pelaku UMKM di Desa Pematang Barangan menjadi sangat relevan dan strategis sebagai upaya awal dalam mendorong peningkatan daya saing dan keberlanjutan usaha di era ekonomi digital.

Berdasarkan kondisi tersebut, diperlukan suatu upaya sistematis untuk meningkatkan kapasitas pelaku UMKM agar mampu beradaptasi dengan perkembangan teknologi dan tuntutan pasar yang semakin dinamis. Penyuluhan mengenai digitalisasi dan inovasi bisnis menjadi penting sebagai langkah awal dalam membangun kesadaran, pemahaman, serta motivasi pelaku UMKM untuk melakukan transformasi usaha. Melalui kegiatan Pengabdian kepada Masyarakat (PkM) ini, diharapkan terjadi alih pengetahuan (knowledge transfer) dari akademisi kepada masyarakat, khususnya terkait pemanfaatan teknologi digital dan penerapan inovasi dalam pengelolaan usaha.

Kegiatan ini juga sejalan dengan peran perguruan tinggi dalam melaksanakan Tri Dharma, khususnya dharma pengabdian kepada masyarakat, dengan memberikan kontribusi nyata dalam penguatan ekonomi lokal berbasis potensi dan kearifan lokal. Keterlibatan dosen Sekolah Pascasarjana Universitas Lancang Kuning sebagai narasumber diharapkan dapat memberikan perspektif ilmiah sekaligus aplikatif bagi pelaku UMKM.

Metode

Kegiatan Pengabdian kepada Masyarakat (PkM) ini dilaksanakan dalam bentuk penyuluhan kepada pelaku Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah (UMKM) di Desa Pematang Barangan, Kecamatan Rambah, Kabupaten Rokan Hulu, pada tanggal 6 Desember 2025.

Metode yang digunakan dirancang untuk mencapai tujuan peningkatan pemahaman dan kapasitas peserta dalam pemanfaatan teknologi digital dan penerapan inovasi bisnis.

A. Tahapan Kegiatan

Pelaksanaan kegiatan pengabdian dilakukan melalui beberapa tahapan sebagai berikut:

1. Tahap Persiapan

Pada tahap ini dilakukan koordinasi dengan pemerintah desa dan perwakilan pelaku UMKM untuk mengidentifikasi kebutuhan, menentukan waktu dan tempat kegiatan, serta menyusun materi penyuluhan. Tim pengabdian juga menyiapkan instrumen kuesioner untuk mengukur tingkat pemahaman dan persepsi peserta terhadap digitalisasi dan inovasi bisnis.

2. Tahap Pelaksanaan Penyuluhan

Kegiatan inti berupa penyuluhan dilaksanakan secara tatap muka dengan metode ceramah dan diskusi interaktif. Materi disampaikan oleh dua narasumber, yaitu:

- a. Dr. Yogi Yunefri, M.Kom, yang membahas pemanfaatan teknologi digital dalam pengelolaan dan pemasaran UMKM, meliputi penggunaan media sosial, marketplace, serta aplikasi pendukung manajemen usaha.
- b. Dr. Imran Al Ucock Nasution, SE., MM, yang menyampaikan materi mengenai strategi inovasi bisnis, mencakup inovasi produk, proses, dan model bisnis untuk meningkatkan daya saing dan keberlanjutan UMKM.

Metode ceramah digunakan untuk memberikan pemahaman konseptual, sedangkan diskusi interaktif bertujuan menggali permasalahan nyata yang dihadapi peserta serta memberikan solusi aplikatif sesuai dengan karakteristik usaha masing-masing.

3. Tahap Evaluasi

Untuk mengetahui efektivitas kegiatan, peserta diminta mengisi kuesioner setelah penyuluhan. Kuesioner berisi pernyataan terkait pemahaman peserta tentang pentingnya digitalisasi, kesiapan menggunakan teknologi, serta persepsi terhadap inovasi bisnis. Skala Likert lima poin digunakan untuk mengukur tingkat persetujuan peserta. Data yang diperoleh kemudian dianalisis secara deskriptif dan disajikan dalam bentuk persentase serta diagram pie.

B. Subjek dan Teknik Pengumpulan Data

Subjek dalam kegiatan ini adalah 25 pelaku UMKM yang berasal dari berbagai jenis usaha di Desa Pematang Barangan. Teknik pengumpulan data meliputi:

- a. Observasi, untuk melihat kondisi awal dan karakteristik usaha peserta.
- b. Diskusi, untuk menggali permasalahan dan kebutuhan UMKM terkait digitalisasi dan inovasi.
- c. Kuesioner, sebagai instrumen utama untuk mengukur respon dan tingkat pemahaman peserta setelah mengikuti penyuluhan.

C. Teknik Analisis Data

Data kuesioner dianalisis menggunakan statistik deskriptif dengan menghitung

persentase jawaban responden pada setiap indikator. Hasil analisis disajikan dalam bentuk tabel rekapitulasi dan diagram pie untuk memudahkan interpretasi tingkat penerimaan dan pemahaman peserta terhadap materi yang diberikan.

Hasil

Kegiatan Pengabdian kepada Masyarakat berupa penyuluhan tentang digitalisasi dan inovasi bisnis bagi pelaku UMKM di Desa Pematang Barangan diikuti oleh 25 peserta yang berasal dari berbagai jenis usaha, seperti kuliner, perdagangan, jasa, dan industri rumah tangga. Evaluasi hasil kegiatan dilakukan melalui kuesioner yang dibagikan kepada seluruh peserta setelah sesi penyuluhan dan diskusi selesai.

Berdasarkan hasil identifikasi awal, sebagian besar peserta merupakan pelaku UMKM skala mikro yang telah menjalankan usaha lebih dari dua tahun. Sebelum kegiatan berlangsung, mayoritas peserta masih memasarkan produk secara konvensional melalui penjualan langsung dan jaringan lokal, serta belum memanfaatkan secara optimal media sosial, marketplace, maupun aplikasi pencatatan keuangan digital.



Gambar 1. Kegiatan Pengabdian sedang berlangsung

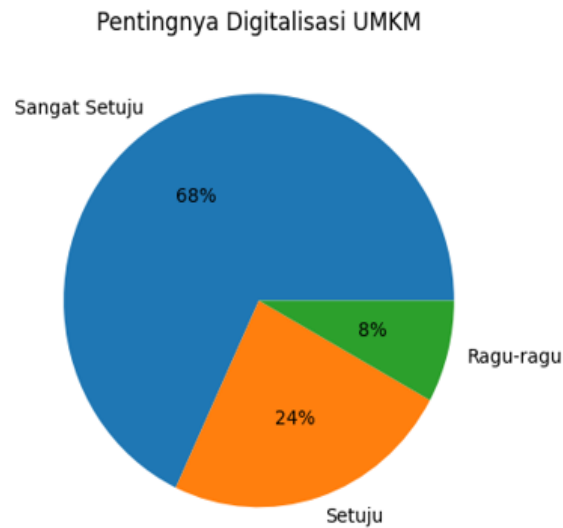
Kuesioner disusun menggunakan skala Likert lima poin, yaitu: sangat setuju, setuju, ragu-ragu, tidak setuju, dan sangat tidak setuju. Beberapa indikator utama yang diukur meliputi:

- 1 Pemahaman tentang pentingnya digitalisasi bagi UMKM,
- 2 Kesiapan menggunakan media digital dalam pemasaran,
- 3 Pemahaman mengenai inovasi produk dan model bisnis,
- 4 Manfaat kegiatan penyuluhan terhadap peningkatan wawasan usaha.

Rekapitulasi hasil kuesioner dari 25 responden menunjukkan:

- 1 Pentingnya digitalisasi UMKM:

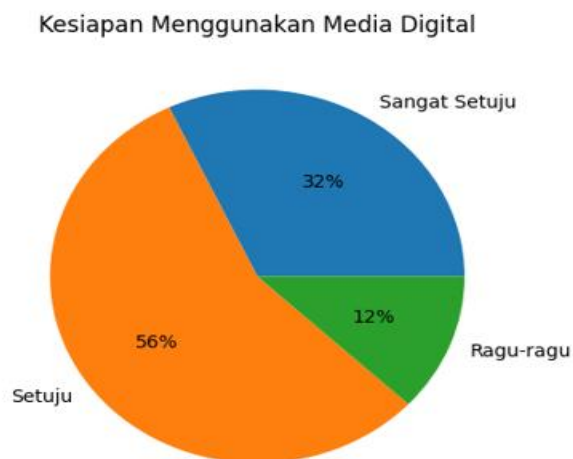
Sebanyak 68% peserta menyatakan sangat setuju dan 24% setuju bahwa pemanfaatan teknologi digital sangat penting untuk meningkatkan daya saing usaha, sementara 8% menyatakan ragu-ragu.



Gambar 2. Rekapitulasi Pentingnya digitalisasi UMKM

2 Kesiapan menggunakan media digital:

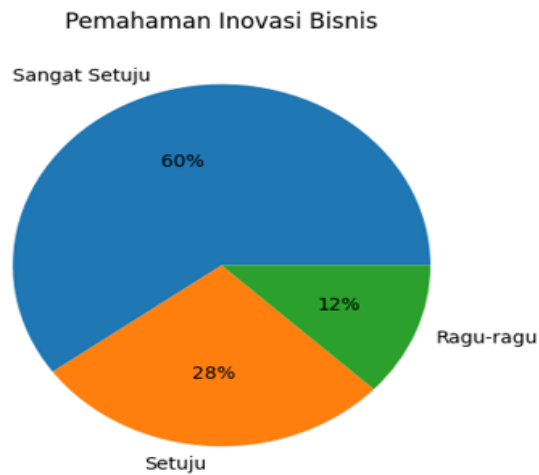
Sebanyak 56% peserta menyatakan setuju dan 32% sangat setuju untuk mulai memanfaatkan media sosial dan marketplace, sedangkan 12% masih ragu-ragu.



Gambar 3. Rekapitulasi kesiapan menggunakan media digital

3 Pemahaman inovasi bisnis:

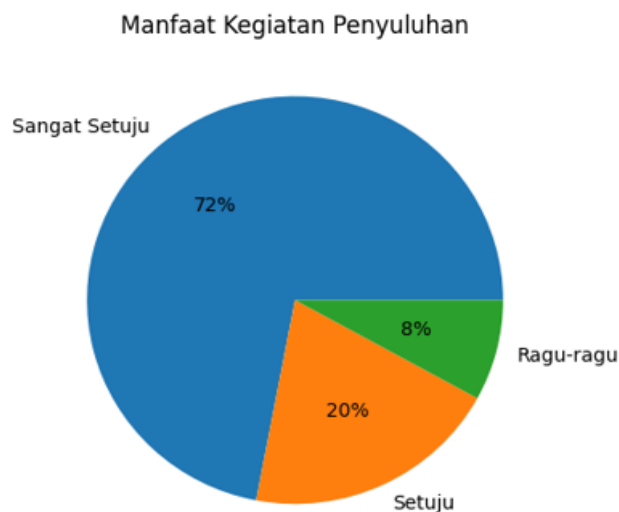
Sebanyak 60% peserta sangat setuju dan 28% setuju bahwa inovasi produk dan layanan perlu dilakukan secara berkelanjutan, sementara 12% berada pada kategori ragu-ragu.



Gambar 4. Rekapitulasi Pemahaman inovasi bisnis

4 Manfaat kegiatan penyuluhan:

Sebanyak 72% peserta menyatakan sangat setuju dan 20% setuju bahwa kegiatan ini bermanfaat dalam menambah pengetahuan dan motivasi, sedangkan 8% menyatakan ragu-ragu.



Gambar 5. Rekapitulasi Manfaat kegiatan penyuluhan

Berdasarkan rekapitulasi tersebut, distribusi jawaban responden divisualisasikan dalam bentuk diagram pie untuk setiap indikator. Secara umum, diagram menunjukkan bahwa lebih dari 85% peserta berada pada kategori setuju dan sangat setuju terhadap seluruh pernyataan, yang menggambarkan respon sangat positif terhadap materi digitalisasi dan inovasi bisnis yang disampaikan.

Diagram pie untuk indikator “Pentingnya Digitalisasi UMKM” memperlihatkan dominasi irisan kategori sangat setuju, diikuti oleh setuju, dengan porsi kecil pada kategori ragu-ragu. Pola serupa juga terlihat pada diagram indikator “Inovasi Bisnis” dan

“Manfaat Kegiatan”, yang menunjukkan bahwa sebagian besar peserta memiliki persepsi positif dan menerima dengan baik substansi penyuluhan.

Selain hasil kuesioner, dampak langsung kegiatan juga terlihat dari antusiasme peserta dalam sesi diskusi, ditandai dengan banyaknya pertanyaan terkait penggunaan media sosial untuk promosi, pemanfaatan marketplace, serta pengembangan variasi produk dan kemasan. Peserta menyatakan memperoleh wawasan baru mengenai peluang pasar digital dan pentingnya melakukan inovasi secara berkelanjutan untuk meningkatkan daya saing UMKM di era digital.

Pembahasan

Hasil kegiatan Pengabdian kepada Masyarakat menunjukkan bahwa sebagian besar peserta memberikan respon sangat positif terhadap pentingnya digitalisasi dan inovasi bisnis bagi pengembangan UMKM. Dominasi kategori sangat setuju dan setuju pada seluruh indikator dalam diagram pie mengindikasikan bahwa pelaku UMKM di Desa Pematang Barangan memiliki kesadaran yang tinggi akan urgensi transformasi digital sebagai strategi peningkatan daya saing usaha.



Gambar 6. Foto Bersama Peserta Kegiatan Pkm

Temuan ini sejalan dengan teori transformasi digital UMKM yang menyatakan bahwa pemanfaatan teknologi informasi mampu meningkatkan efisiensi operasional, memperluas jangkauan pasar, serta memperkuat hubungan dengan pelanggan (Vial, 2019). Studi oleh Susanti (2020) dan Rachmawati et al. (2018) juga membuktikan bahwa adopsi media sosial dan platform e-commerce berpengaruh signifikan terhadap peningkatan kinerja pemasaran UMKM. Tingginya persentase peserta yang menyatakan siap menggunakan media digital menunjukkan bahwa penyuluhan telah berhasil meningkatkan kesiapan adopsi teknologi, yang merupakan prasyarat utama dalam proses transformasi digital.

Pada indikator inovasi bisnis, mayoritas peserta menyatakan sangat setuju bahwa inovasi produk dan model bisnis perlu dilakukan secara berkelanjutan. Hal ini mendukung pandangan Schumpeterian bahwa inovasi merupakan motor penggerak utama pertumbuhan dan keberlanjutan usaha. Penelitian Setiawan dan Wardoyo (2020) serta Prasetyo dan Sutopo (2018) menunjukkan bahwa UMKM yang mampu melakukan inovasi secara konsisten memiliki daya tahan yang lebih baik terhadap perubahan lingkungan bisnis dan tekanan persaingan. Respon positif peserta mengindikasikan adanya peningkatan pemahaman bahwa inovasi tidak hanya terbatas pada penciptaan produk baru, tetapi juga mencakup perbaikan proses, kemasan, strategi pemasaran, dan pelayanan.

Dari perspektif pengabdian kepada masyarakat, hasil ini konsisten dengan temuan berbagai program pendampingan UMKM berbasis literasi digital. Kegiatan PkM yang dilakukan oleh Sari et al. (2021) dan Wibowo et al. (2022) menunjukkan bahwa penyuluhan dan pelatihan digital mampu meningkatkan motivasi, kepercayaan diri, serta kompetensi pelaku UMKM dalam memanfaatkan teknologi. Tingginya tingkat kepuasan dan persepsi manfaat pada indikator “Manfaat Kegiatan Penyuluhan” dalam penelitian ini memperkuat bukti bahwa pendekatan ceramah yang dipadukan dengan diskusi interaktif efektif dalam proses alih pengetahuan kepada masyarakat.

Lebih lanjut, hasil kuesioner yang menunjukkan masih adanya sebagian kecil peserta pada kategori ragu-ragu mengindikasikan bahwa meskipun kesadaran telah meningkat, terdapat kebutuhan akan pendampingan lanjutan yang bersifat praktis dan berkelanjutan. OECD (2017) menegaskan bahwa transformasi digital UMKM tidak dapat dicapai hanya melalui satu kali pelatihan, melainkan memerlukan proses berkelanjutan berupa coaching, mentoring, dan fasilitasi akses terhadap infrastruktur digital. Oleh karena itu, kegiatan PkM ini dapat dipandang sebagai tahap awal dalam rangkaian upaya pemberdayaan UMKM menuju kemandirian dan keberlanjutan di era ekonomi digital.

Secara keseluruhan, keterkaitan antara hasil diagram pie, teori transformasi digital, temuan penelitian terdahulu, serta praktik pengabdian kepada masyarakat menunjukkan bahwa penyuluhan digitalisasi dan inovasi bisnis merupakan intervensi yang relevan dan efektif. Program ini tidak hanya meningkatkan pengetahuan, tetapi juga membentuk sikap positif dan kesiapan pelaku UMKM untuk melakukan perubahan, yang pada akhirnya diharapkan berdampak pada peningkatan kinerja dan daya saing UMKM di Desa Pematang Barangan.

Kesimpulan

1. Kegiatan Pengabdian kepada Masyarakat berupa penyuluhan transformasi digital dan inovasi bisnis bagi pelaku UMKM di Desa Pematang Barangan telah terlaksana dengan baik dan mendapatkan respon yang sangat positif dari peserta.
2. Hasil kuesioner menunjukkan bahwa mayoritas peserta berada pada kategori setuju dan sangat setuju terhadap pentingnya pemanfaatan teknologi digital dan penerapan inovasi bisnis sebagai upaya meningkatkan daya saing dan keberlanjutan usaha.

3. Penyuluhan yang disertai diskusi interaktif mampu meningkatkan pemahaman peserta mengenai penggunaan media digital untuk pemasaran, pengelolaan usaha, serta pentingnya inovasi produk dan model bisnis.
4. Kegiatan ini berperan dalam membentuk pola pikir pelaku UMKM agar lebih adaptif terhadap perkembangan teknologi dan dinamika pasar di era digital.
5. Diperlukan tindak lanjut berupa pendampingan dan pelatihan praktis secara berkelanjutan agar pengetahuan yang diperoleh dapat diimplementasikan secara optimal dalam kegiatan usaha sehari-hari.

Terima Kasih

Tim Pengabdian kepada Masyarakat mengucapkan terima kasih kepada Pemerintah Desa Pematang Barangan, Kecamatan Rambah, Kabupaten Rokan Hulu, serta seluruh pelaku UMKM yang telah berpartisipasi aktif dalam kegiatan penyuluhan ini. Apresiasi yang setinggi-tingginya juga disampaikan kepada Sekolah Pascasarjana Universitas Lancang Kuning atas dukungan kelembagaan, fasilitasi, dan pendanaan sehingga kegiatan Pengabdian kepada Masyarakat ini dapat terlaksana dengan baik. Semoga kerja sama yang telah terjalin dapat terus berlanjut dalam rangka pemberdayaan UMKM dan penguatan ekonomi lokal yang berkelanjutan.

Referensi

- Kementerian Koperasi dan Usaha Kecil dan Menengah Republik Indonesia. (2023). *Perkembangan data UMKM tahun 2023*. Jakarta: Kemenkop UKM.
- OECD. (2017). *Enhancing the contributions of SMEs in a global and digitalised economy*. Paris: OECD Publishing. <https://doi.org/10.1787/9789264273869-en>
- Prasetyo, H., & Sutopo, W. (2018). Industri 4.0: Telaah klasifikasi aspek dan arah perkembangan riset. *Jurnal Teknik Industri*, 13(1), 17–26. <https://doi.org/10.14710/jati.13.1.17-26>
- Rachmawati, R., Handayani, R., & Wibowo, S. (2018). The adoption of digital marketing by SMEs in Indonesia. *Journal of Small Business and Enterprise Development*, 25(3), 389–406. <https://doi.org/10.1108/JSBED-01-2017-0011>
- Sari, D. P., Nugroho, A., & Hidayat, R. (2021). Peningkatan literasi digital UMKM melalui pelatihan pemasaran online. *Jurnal Pengabdian Kepada Masyarakat*, 6(2), 145–153. <https://doi.org/10.22146/jpkm.2021>
- Setiawan, B., & Wardoyo, P. (2020). Pengaruh inovasi produk dan orientasi pasar terhadap kinerja UMKM. *Jurnal Manajemen dan Kewirausahaan*, 22(1), 1–10. <https://doi.org/10.9744/jmk.22.1.1-10>
- Susanti, E. (2020). Digital marketing dalam meningkatkan kinerja UMKM. *Jurnal Manajemen Bisnis*, 7(2), 157–166. <https://doi.org/10.22219/jmb.v7i2>
- Tambunan, T. (2019). Recent evidence of the development of micro, small and medium enterprises in Indonesia. *Journal of Global Entrepreneurship Research*, 9(18), 1–15. <https://doi.org/10.1186/s40497-018-0140-4>
- Vial, G. (2019). Understanding digital transformation: A review and a research agenda. *Journal of Strategic Information Systems*, 28(2), 118–144. <https://doi.org/10.1016/j.jsis.2019.01.003>

- Wibowo, D. H., Arifin, Z., & Sunarti. (2022). Pendampingan transformasi digital pada UMKM berbasis e-commerce. *Jurnal Abdimas*, 26(1), 55–64. <https://doi.org/10.15294/abdimas.v26i1>
- Yusuf, M., & Rasyid, A. (2021). Peran inovasi dalam meningkatkan daya saing UMKM di era digital. *Jurnal Ilmiah Manajemen*, 11(2), 89–98.
- Kurniawan, A., & Sari, M. (2019). Adopsi media sosial sebagai strategi pemasaran UMKM. *Jurnal Ilmu Ekonomi dan Pembangunan*, 19(2), 120–130.
- Hendrawan, A., Sucahyowati, H., & Indriyani, R. (2020). Literasi digital UMKM dalam menghadapi era industri 4.0. *Jurnal Inovasi Bisnis*, 8(1), 45–54.
- Rahmawati, T., & Gunawan, A. (2022). Model pendampingan digitalisasi UMKM berbasis komunitas. *Jurnal Pengabdian Masyarakat Madani*, 6(1), 33–41.
- Putra, I. G. B., & Yasa, N. N. K. (2018). Inovasi dan kinerja UMKM: Perspektif kewirausahaan. *Jurnal Ekonomi dan Bisnis*, 21(1), 77–86.
- Schumpeter, J. A. (2017). *Theory of economic development* (Reprint edition). New York: Routledge.