

Model Transformasi UMKM Desa Berbasis Digitalisasi & Penguatan Usaha Produktif dalam Mendukung SDGs 1 di Desa Sorue Jaya

La Ode Suriadi*, Nursaban Romy Suleman, Mulyati Akib, Yusuf

Universitas Halu Oleo, Kendari, Indonesia

*Corresponding Author: laodesuriadi@uho.ac.id | ORCID: -

Article history

Received: 20/06/2026

Revised: 25/07/2026

Accepted: 26/08/2026

Available Online: 30/09/2026

Published: 30/09/2026

Abstract

This community engagement program aimed to strengthen MSME capacity in Sorue Jaya Village through digital marketing, financial management, productive business development, and market expansion to support SDG 1. The program involved 20 MSME participants engaged in processed agricultural products, fisheries, culinary activities, and small-scale trading. Activities included needs assessment, socialization, training, hands-on practice, mentoring, and evaluation. Capacity was assessed using a 20-item Likert-scale instrument covering digital marketing, financial management, productive business development, digital operational skills, and market access. Pre-test and post-test scores were converted to a 0–100 scale. Results showed that the average score increased from 48.95 to 79.95, representing a 31.00-point increase or 63.33% improvement from the initial score. Participants also improved their ability to activate marketplaces, use business social media, and apply simple digital bookkeeping. The integrated approach effectively strengthened MSME capacity and supported sustainable rural economic empowerment.

Keywords: MSMEs; digitalization; digital marketing; productive business; SDG 1

Abstrak

Kegiatan pengabdian kepada masyarakat ini bertujuan meningkatkan kapasitas pelaku UMKM Desa Sorue Jaya melalui digitalisasi pemasaran, pengelolaan keuangan, pengembangan usaha produktif, dan perluasan akses pasar untuk mendukung SDGs 1. Kegiatan melibatkan 20 pelaku UMKM pada sektor pertanian olahan, perikanan, kuliner, dan perdagangan kecil. Tahapan kegiatan meliputi identifikasi kebutuhan, sosialisasi, pelatihan, praktik langsung, pendampingan, serta evaluasi. Kapasitas peserta diukur menggunakan instrumen skala Likert dengan 20 pernyataan yang mencakup digital marketing, manajemen keuangan, pengembangan usaha produktif, kemampuan operasional digital, serta akses pasar. Hasil menunjukkan rata-rata skor meningkat dari 48,95 pada pre-test menjadi 79,95 pada post-test, atau naik 31,00 poin dan 63,33% dari skor awal. Peserta juga menunjukkan peningkatan kemampuan mengaktifkan marketplace, menggunakan media sosial bisnis, dan menerapkan pembukuan digital sederhana. Pendekatan terpadu ini mendukung penguatan kapasitas UMKM dan pemberdayaan ekonomi masyarakat desa secara berkelanjutan.

Kata kunci: UMKM, digitalisasi, pemasaran digital, usaha produktif, SDGs1

© 2026 The Authors.

Licensed under a
Creative Commons
Attribution-ShareAlike 4.0
International License



PENDAHULUAN

Usaha mikro, kecil, dan menengah (UMKM) merupakan salah satu basis penting penguatan ekonomi masyarakat karena berperan dalam penciptaan pendapatan, kesempatan kerja, dan aktivitas ekonomi lokal. Namun, keberlanjutan UMKM perdesaan masih menghadapi berbagai kendala, terutama keterbatasan akses pasar, rendahnya kapasitas digital, lemahnya tata kelola keuangan, serta terbatasnya inovasi produk dan pengembangan usaha. Kondisi tersebut menyebabkan potensi ekonomi lokal belum sepenuhnya dikonversi menjadi peningkatan nilai tambah dan pendapatan masyarakat (World Bank, 2016; Affandi et al., 2024; Noerchoidah et al., 2025).

Permasalahan serupa ditemukan pada UMKM di Desa Sorue Jaya, Kecamatan Soropia, Kabupaten Konawe. Kegiatan pengabdian ini melibatkan 20 pelaku UMKM yang bergerak pada sektor pertanian olahan, perikanan, kuliner, dan perdagangan kecil. Hasil identifikasi kondisi awal menunjukkan bahwa kegiatan usaha umumnya masih dikelola secara sederhana dan berbasis rumah tangga dengan orientasi pasar yang masih terbatas pada lingkungan lokal. Pada aspek pemasaran, pemanfaatan media digital untuk memperkenalkan produk dan menjangkau konsumen di luar desa belum optimal. Sementara itu, pada aspek keuangan, sebagian pelaku UMKM belum memisahkan keuangan usaha dan rumah tangga serta belum melakukan pencatatan penerimaan dan pengeluaran secara sistematis. Kondisi tersebut menyebabkan pelaku usaha belum memiliki informasi yang memadai mengenai omzet, biaya, arus kas, dan keuntungan sebagai dasar pengambilan keputusan usaha. Secara kuantitatif, kondisi awal tersebut tercermin dari hasil pre-test terhadap 20 peserta. Pengukuran menggunakan 20 pernyataan yang mencakup lima aspek kapasitas, yaitu digital marketing, manajemen keuangan, pengembangan usaha produktif, kemampuan operasional digital, serta akses dan perluasan pasar. Hasil pengukuran menunjukkan bahwa rata-rata skor kapasitas awal peserta hanya mencapai 48,95 pada skala 0–100. Nilai tersebut menunjukkan bahwa masih terdapat ruang penguatan kapasitas yang cukup besar sebelum peserta memperoleh intervensi pelatihan dan pendampingan. Dengan demikian, permasalahan mitra tidak hanya bersifat deskriptif, tetapi juga didukung oleh hasil pengukuran baseline yang menunjukkan masih rendahnya kapasitas awal peserta dalam aspek digitalisasi dan pengelolaan usaha. Di sisi lain, potensi perikanan, pertanian, kuliner, dan perdagangan lokal memberikan peluang bagi pengembangan usaha produktif apabila didukung oleh peningkatan kapasitas manajerial, teknologi, dan akses pasar (Fahrurrozi, 2025; Lastri et al., 2025).

Dalam konteks tersebut, digitalisasi perlu dipahami bukan sekadar sebagai penggunaan teknologi, tetapi sebagai instrumen transformasi proses bisnis yang mencakup pemasaran, pengelolaan keuangan, pengembangan produk, dan perluasan jaringan pasar. Pendekatan ini sejalan dengan bukti empiris di Indonesia yang menunjukkan bahwa adopsi digital berkaitan dengan peningkatan kinerja usaha dan literasi keuangan, sementara tingkat adopsi digital juga berkaitan dengan inovasi dan inklusi keuangan. Dalam konteks tersebut, digitalisasi perlu dipahami bukan sekadar sebagai penggunaan teknologi, tetapi sebagai instrumen transformasi proses bisnis yang mencakup pemasaran, pengelolaan keuangan, pengembangan produk, dan perluasan jaringan pasar. Pendekatan ini sejalan dengan bukti empiris di Indonesia yang menunjukkan bahwa adopsi digital berkaitan dengan peningkatan kinerja usaha dan literasi

keuangan, sementara tingkat adopsi digital juga berkaitan dengan inovasi dan inklusi keuangan (Affandi et al., 2024; Affandi et al., 2025; Tandilino et al., 2025).

Oleh karena itu, intervensi terhadap UMKM Desa Sorue Jaya diarahkan pada model yang mengintegrasikan digitalisasi pemasaran, penguatan manajemen keuangan, pengembangan usaha produktif, dan perluasan akses pasar. Integrasi tersebut diharapkan tidak hanya meningkatkan kapasitas usaha, tetapi juga memperkuat basis ekonomi masyarakat melalui peningkatan nilai tambah dan peluang pendapatan yang lebih berkelanjutan. Dengan demikian, penguatan UMKM dapat ditempatkan sebagai salah satu strategi pemberdayaan ekonomi masyarakat dalam mendukung pencapaian SDGs 1 (United Nations, 2015; Almilia et al., 2025).

Berdasarkan permasalahan tersebut, kegiatan pengabdian ini bertujuan meningkatkan kapasitas pelaku UMKM Desa Sorue Jaya dalam memanfaatkan teknologi digital, mengelola keuangan usaha, mengembangkan usaha produktif, dan memperluas akses pasar. Pendekatan kegiatan dilakukan melalui identifikasi kebutuhan, pelatihan, praktik langsung, pendampingan, serta monitoring dan evaluasi sehingga pengetahuan yang diperoleh dapat diimplementasikan dalam aktivitas usaha secara berkelanjutan (Fahrurrozi, 2025; Noerchoidah et al., 2025). Penelitian Fahrurrozi menunjukkan bahwa pendidikan kewirausahaan dan keterampilan digital berkaitan dengan keberlanjutan bisnis UMKM

METODE

Lokasi dan Khalayak Sasaran

Kegiatan dilaksanakan di Desa Sorue Jaya, Kecamatan Soropia, Kabupaten Konawe, Sulawesi Tenggara, selama April–Juni 2026. Sasaran kegiatan adalah 20 pelaku UMKM yang bergerak pada sektor pertanian olahan, perikanan, kuliner, dan perdagangan kecil. Tahapan kegiatan dilakukan dengan melalui:

1. Baseline assessment, meliputi identifikasi kondisi awal usaha dan kapasitas peserta.
2. Sosialisasi dan capacity building, meliputi digital marketing, manajemen usaha, dan pengembangan usaha produktif.
3. Praktik dan implementasi, meliputi pembuatan/optimalisasi akun marketplace, media sosial bisnis, katalog digital, serta pembukuan sederhana.
4. Pendampingan, dilakukan melalui praktik langsung dan konsultasi usaha.
5. Monitoring dan evaluasi, melalui pengukuran perubahan kapasitas peserta dan observasi penerapan teknologi.

Tahapan tersebut sesuai dengan desain kegiatan yang telah ditetapkan dalam laporan, yaitu baseline income assessment, pelatihan, pendampingan implementasi model, serta monitoring dan evaluasi.

Instrumen Evaluasi

Evaluasi kapasitas peserta dilakukan menggunakan kuesioner yang disusun berdasarkan tujuan intervensi dan aspek kemampuan yang menjadi sasaran program. Indikator instrumen merepresentasikan lima dimensi utama kapasitas UMKM, yaitu (1) digital marketing, (2) manajemen keuangan, (3) pengembangan usaha produktif, (4) kemampuan operasional digital, dan (5) akses dan perluasan pasar. Masing-masing dimensi terdiri atas empat pernyataan, sehingga keseluruhan instrumen berjumlah 20 pernyataan. Sebarannya dapat dilihat pada tabel berikut.

Tabel 1. *Dimensi utama kapasitas UMKM yang diukur*

Dimensi	Jumlah item
Digital marketing	4
Manajemen keuangan	4
Pengembangan usaha produktif	4
Kemampuan operasional digital	4
Akses dan perluasan pasar	4
Total	20

Indikator tersebut disusun untuk mengukur kemampuan peserta yang secara langsung berkaitan dengan materi pelatihan, praktik implementasi, dan pendampingan yang diberikan selama kegiatan.

Setiap pernyataan dinilai menggunakan skala Likert 1–5, dengan skor 1 menunjukkan tingkat kemampuan paling rendah dan skor 5 menunjukkan tingkat kemampuan paling tinggi. Instrumen yang sama digunakan pada pengukuran pre-test dan post-test agar perubahan kapasitas peserta dapat dibandingkan secara konsisten sebelum dan setelah pelaksanaan kegiatan.

Skor hasil penilaian kemudian dikonversi ke skala 0–100 untuk memudahkan interpretasi perubahan kapasitas. Konversi skor dilakukan dengan membandingkan skor yang diperoleh peserta dengan skor maksimum yang mungkin diperoleh, kemudian dikalikan 100. Rumus yang digunakan adalah:

$$Skor = \left(\frac{\text{skor yang diperoleh}}{\text{skor maksimum}} \right) \times 100 \dots\dots\dots (1)$$

Dengan 20 item pernyataan dan rentang skor 1–5, skor maksimum setiap peserta adalah $20 \times 5 = 100$. Dengan demikian, skor total peserta secara langsung dapat dinyatakan dalam rentang 0–100 setelah proses normalisasi. Penggunaan skala Likert lima tingkat memungkinkan setiap respons diberi bobot numerik dan dijumlahkan untuk memperoleh skor keseluruhan, sedangkan konversi ke persentase memudahkan interpretasi capaian skor (Yamashita, 2022; Taufique, 2026).

Instrumen Evaluasi 20 Item

Instrumen evaluasi dalam kegiatan pengabdian ini disusun untuk mengukur perubahan kapasitas pelaku UMKM setelah mengikuti pelatihan dan pendampingan. Instrumen terdiri atas 20 pernyataan yang dikelompokkan ke dalam lima dimensi, yaitu digital marketing, manajemen keuangan, pengembangan usaha produktif, kemampuan operasional digital, serta akses dan perluasan pasar. Setiap pernyataan menggunakan skala Likert 1–5 untuk menggambarkan tingkat pemahaman dan kemampuan peserta dalam menerapkan pengetahuan yang diperoleh pada aktivitas usahanya.

Penyusunan instrumen tersebut disesuaikan dengan tujuan kegiatan, yaitu meningkatkan kemampuan pelaku UMKM dalam memanfaatkan teknologi digital, mengelola keuangan usaha, mengembangkan produk, dan memperluas akses pasar. Pengukuran dilakukan melalui pre-test dan post-test sehingga perubahan kapasitas peserta dapat diketahui secara lebih terarah. Adapun rincian pernyataan pada masing-masing dimensi disajikan pada tabel berikut.

Tabel 2. *Instrumen Evaluasi 20 Item*

Kode	Pernyataan
A1	Saya memahami manfaat pemasaran digital bagi usaha saya.
A2	Saya mampu mengelola akun media sosial bisnis.
A3	Saya mampu mengunggah produk, harga, dan informasi usaha pada marketplace.
A4	Saya mampu merespons pertanyaan dan pesanan konsumen secara digital.
B1	Saya mampu memisahkan keuangan usaha dan rumah tangga.
B2	Saya mencatat penerimaan dan pengeluaran usaha secara teratur.
B3	Saya mampu membedakan omzet, biaya, dan keuntungan usaha.
B4	Saya mampu menggunakan aplikasi/sistem pembukuan digital sederhana.
C1	Saya mampu mengidentifikasi peluang pengembangan produk.
C2	Saya mampu meningkatkan kemasan dan identitas produk.
C3	Saya mampu mengidentifikasi komponen biaya dalam penetapan harga.
C4	Saya mampu menyusun rencana diversifikasi produk.
D1	Saya mampu menggunakan Canva untuk membuat materi promosi.
D2	Saya mampu menggunakan Google Maps Business Profile.
D3	Saya mampu mengelola katalog produk digital.
D4	Saya mampu menggunakan teknologi digital secara rutin dalam usaha.
E1	Saya mampu mengidentifikasi calon konsumen di luar desa.
E2	Saya mampu menggunakan media digital untuk menjangkau pasar baru.
E3	Saya mampu berkomunikasi dengan calon pembeli dari luar daerah.
E4	Saya memiliki rencana memperluas pasar di luar wilayah desa.

HASIL DAN PEMBAHASAN

Kondisi Awal UMKM

Hasil identifikasi menunjukkan bahwa UMKM Desa Sorue Jaya memiliki potensi ekonomi yang cukup beragam, terutama pada sektor pertanian olahan, perikanan, kuliner, dan perdagangan skala kecil. Namun, sebagian besar usaha masih dikelola secara sederhana dan berbasis rumah tangga. Dari aspek pemasaran, pelaku UMKM masih menghadapi keterbatasan dalam memperluas jangkauan konsumen di luar wilayah desa. Kondisi tersebut mendorong penguatan pemasaran berbasis digital melalui pemanfaatan marketplace, media sosial, katalog digital, penguatan branding, serta Google Maps Business Profile untuk meningkatkan visibilitas produk dan memperluas akses pasar (Affandi et al., 2024; Affandi et al., 2025; Almilia et al., 2025).

Pada aspek keuangan, sebagian pelaku usaha belum memisahkan transaksi usaha dengan rumah tangga dan belum melakukan pencatatan penerimaan serta pengeluaran secara sistematis. Kondisi tersebut menyebabkan informasi mengenai omzet, biaya, arus kas, dan keuntungan belum tersedia secara memadai.

Hasil Evaluasi Pre-Test dan Post-Test

Evaluasi dilakukan untuk melihat perubahan kapasitas peserta sebelum dan setelah mengikuti rangkaian pelatihan dan pendampingan. Pengukuran menggunakan instrumen yang sama pada tahap pre-test dan post-test sehingga perubahan skor peserta dapat digunakan untuk menggambarkan perkembangan kapasitas setelah pelaksanaan program. Hasil evaluasi pre-test dan post-test disajikan pada Tabel 3.

Tabel 3. Hasil Pre-Test dan Post-Test Peserta

Peserta	Pre-test	Post-test	Gain
UMKM-01	46	78	32
UMKM-02	52	82	30
UMKM-03	48	80	32
UMKM-04	55	85	30
UMKM-05	44	75	31
UMKM-06	50	80	30
UMKM-07	47	77	30
UMKM-08	53	84	31
UMKM-09	49	81	32
UMKM-10	45	76	31
UMKM-11	51	83	32
UMKM-12	43	74	31
UMKM-13	54	86	32
UMKM-14	46	78	32
UMKM-15	48	79	31
UMKM-16	50	82	32
UMKM-17	47	77	30
UMKM-18	52	83	31
UMKM-19	45	76	31
UMKM-20	49	80	31
Rata-rata	48,95	79,95	31,00

Sumber: Hasil Pengabdian, diolah

Berdasarkan data evaluasi tersebut, rata-rata skor peserta meningkat dari 48,95 pada pre-test menjadi 79,95 pada post-test, dengan selisih peningkatan sebesar 31,00 poin atau sekitar 63,33% dibandingkan skor awal. Hasil tersebut sejalan dengan Affandi et al. (2024) yang menemukan hubungan positif antara adopsi digital dengan kinerja usaha dan literasi keuangan UMSE di Indonesia. Temuan tersebut juga diperkuat oleh penelitian Ridhwan et al. (2026) yang menunjukkan bahwa literasi keuangan berhubungan positif dengan penjualan, profitabilitas, dan produktivitas UMKM Indonesia, dengan inovasi serta adopsi teknologi digital menjadi salah satu mekanisme yang menjelaskan hubungan tersebut (Affandi et al., 2024; Ridhwan et al., 2026; Nugraheni et al., 2025). Peningkatan skor juga terlihat pada seluruh peserta, dengan nilai gain berada pada rentang 30–32 poin.

Hasil tersebut menunjukkan bahwa setelah mengikuti rangkaian pelatihan dan pendampingan, terdapat peningkatan kapasitas peserta dalam aspek yang diukur melalui instrumen evaluasi. Peningkatan ini menggambarkan adanya perkembangan pemahaman dan kemampuan peserta dalam memanfaatkan perangkat digital, mengelola usaha, serta menerapkan pengetahuan yang diperoleh selama kegiatan.

Namun demikian, hasil tersebut perlu diinterpretasikan secara proporsional. Karena evaluasi menggunakan desain pre-test dan post-test pada satu kelompok tanpa kelompok pembandingan, peningkatan skor yang diamati tidak dapat digunakan untuk memastikan bahwa seluruh perubahan tersebut semata-mata disebabkan oleh program. Dengan demikian, temuan penelitian ini lebih tepat dipahami sebagai peningkatan kapasitas yang terjadi setelah pelaksanaan program pelatihan dan pendampingan, bukan sebagai bukti hubungan sebab-akibat secara langsung.

Temuan tersebut memberikan indikasi bahwa rangkaian pelatihan dan pendampingan berjalan searah dengan tujuan kegiatan, terutama dalam membantu peserta meningkatkan

kapasitas pada aspek digitalisasi dan pengelolaan usaha. Pendampingan praktik juga memberikan ruang bagi peserta untuk menerapkan pengetahuan yang diperoleh dalam aktivitas usaha.

Hasil ini sejalan dengan Affandi et al. (2024) yang menemukan hubungan positif antara adopsi digital dengan kinerja usaha dan literasi keuangan UMSE di Indonesia. Temuan tersebut juga diperkuat oleh penelitian Ridhwan et al. (2026) yang menunjukkan bahwa literasi keuangan berhubungan positif dengan penjualan, profitabilitas, dan produktivitas UMKM Indonesia, dengan inovasi serta adopsi teknologi digital menjadi salah satu mekanisme yang menjelaskan hubungan tersebut.

Capaian Indikator Program

Capaian indikator program digunakan untuk menilai tingkat keterlaksanaan hasil kegiatan berdasarkan target yang telah ditetapkan sebelumnya. Penilaian tidak hanya didasarkan pada pernyataan peserta, tetapi diarahkan pada verifikasi melalui bukti penerapan hasil pelatihan dan pendampingan. Verifikasi dilakukan dengan mengamati keberadaan dan aktivitas akun digital, meninjau penerapan pembukuan sederhana, mengidentifikasi kemampuan peserta dalam pengembangan usaha produktif, serta mengonfirmasi upaya peserta dalam menjangkau pasar di luar wilayah desa. Pendekatan verifikasi tersebut dimaksudkan agar persentase capaian dapat merepresentasikan kondisi penerapan hasil kegiatan secara lebih objektif.

Target program yang ditetapkan dalam laporan meliputi sekurang-kurangnya 80% peserta memiliki marketplace aktif, 70% mampu menggunakan media sosial bisnis, 60% menerapkan pembukuan digital, 70% memiliki kemampuan pengembangan usaha produktif, serta 40% peserta mampu memperluas pasar ke luar desa. Berdasarkan hasil evaluasi dan verifikasi penerapan, capaian masing-masing indikator disajikan pada Tabel 2.

Tabel 4. *Persentase Capaian Indikator Program*

No.	Indikator	Target	Capaian*	Status	Dasar Verifikasi
1	Marketplace aktif	≥80%	85%	Tercapai	Observasi keberadaan akun marketplace dan aktivitas penggunaannya untuk menampilkan produk
2	Pemasaran melalui media sosial bisnis	≥70%	75%	Tercapai	Observasi akun media sosial bisnis dan penerapan media tersebut untuk promosi produk
3	Pembukuan digital sederhana	≥60%	65%	Tercapai	Pemeriksaan bukti pencatatan penerimaan dan pengeluaran usaha menggunakan format/aplikasi digital sederhana
4	Kemampuan pengembangan usaha produktif	≥70%	50%	Tidak tercapai	Observasi dan penilaian terhadap penerapan pengembangan produk, kemasan, identitas produk, penetapan harga, dan/atau diversifikasi
5	Perluasan pasar ke luar desa	≥40%	35%	Tidak tercapai	Konfirmasi terhadap upaya menjangkau konsumen di luar desa melalui media digital dan komunikasi dengan calon pembeli

Sumber: Hasil Evaluasi

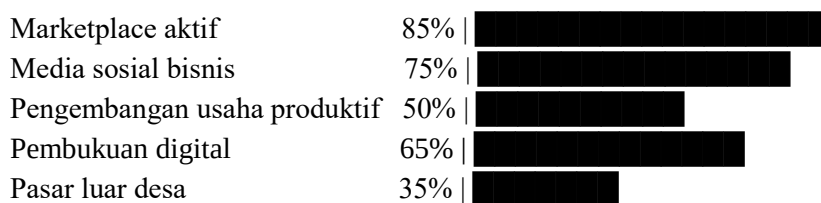
Berdasarkan Tabel 4, sebagian besar indikator telah mencapai target yang ditetapkan, khususnya pada aspek pemanfaatan media digital dan pembukuan sederhana. Capaian tertinggi terdapat pada indikator marketplace aktif sebesar 85%, yang diverifikasi melalui keberadaan akun dan penggunaannya untuk menampilkan produk. Sementara itu, pemasaran melalui media sosial bisnis mencapai 75% dan pembukuan digital sederhana mencapai 65%, yang masing-masing diverifikasi melalui pengamatan terhadap pemanfaatan media sosial untuk promosi serta bukti penerapan pencatatan keuangan secara digital.

Pada indikator kemampuan pengembangan usaha produktif, capaian sebesar 50% masih berada di bawah target 70%. Verifikasi dilakukan dengan melihat penerapan pengetahuan peserta dalam aspek pengembangan produk, perbaikan kemasan dan identitas produk, penetapan harga, serta rencana diversifikasi. Kondisi tersebut menunjukkan bahwa penerapan aspek pengembangan usaha produktif masih memerlukan penguatan dan pendampingan lanjutan.

Indikator perluasan pasar ke luar desa juga belum mencapai target, dengan capaian sebesar 35% dibandingkan target minimal 40%. Capaian tersebut diverifikasi melalui konfirmasi terhadap upaya peserta dalam mengidentifikasi dan menjangkau calon konsumen di luar wilayah desa melalui media digital. Hasil ini menunjukkan bahwa peningkatan kehadiran UMKM pada kanal digital belum sepenuhnya diikuti oleh perluasan pasar secara nyata. Perbedaan tersebut dapat dipahami karena keberadaan akun digital relatif lebih mudah dicapai dibandingkan terbentuknya transaksi dan jaringan konsumen baru di luar wilayah desa. Perluasan pasar membutuhkan konsistensi promosi, kualitas dan daya saing produk, kapasitas produksi, keandalan distribusi, serta kemampuan membangun kepercayaan konsumen.

Dengan demikian, hasil capaian indikator menunjukkan bahwa program telah memberikan perkembangan pada aspek digitalisasi pemasaran dan pengelolaan usaha, meskipun beberapa indikator masih memerlukan penguatan. Verifikasi berbasis observasi, pemeriksaan bukti penerapan, dan konfirmasi kepada peserta memberikan dasar yang lebih terukur dalam menggambarkan capaian program dibandingkan hanya menggunakan persentase persepsi peserta.

Secara umum, seluruh indikator berada di atas target yang telah ditetapkan, kecuali kemampuan pengembangan usaha produktif dan perluasan pasar ke luar desa masih belum tercapai. Capaian tertinggi terdapat pada indikator marketplace aktif sebesar 85%. Perbedaan tersebut dapat dipahami karena membuat akun digital relatif lebih mudah dibandingkan menghasilkan transaksi nyata dari pasar luar desa. Perluasan pasar membutuhkan waktu, kualitas produk, harga yang kompetitif, kapasitas produksi, keandalan distribusi, serta konsistensi dalam membangun kepercayaan konsumen (Affandi et al., 2025; Timur et al., 2025).



Gambar 1. Grafik Capaian Indikator Program



Gambar 2. *Pelatihan Pemanfaatan Digital untuk Pemasaran Hasil Produk UMKM*

Perubahan Kapasitas Pelaku UMKM

Pelatihan dan pendampingan menunjukkan bahwa pemanfaatan teknologi digital mulai diterapkan dalam aktivitas usaha, khususnya untuk promosi, pengelolaan katalog produk, dan komunikasi dengan konsumen. Pendekatan praktik langsung membantu peserta memahami teknologi sebagai bagian dari proses bisnis, bukan sekadar sebagai media promosi. Temuan ini memperkuat pentingnya pendampingan dalam proses transformasi digital UMKM karena adopsi teknologi perlu disertai kemampuan mengintegrasikannya ke dalam aktivitas usaha secara konsisten (Noerchoidah et al., 2025; Afrianty et al., 2026). Noerchoidah et al. (2025) menemukan bahwa *digital literacy knowledge sharing*, *human capital*, dan *digital transformation* berpengaruh terhadap keberlanjutan bisnis UMKM.



Gambar 3. *Pendampingan Pelatihan Pemanfaatan Digital untuk Pemasaran Hasil Produk UMKM*

Digitalisasi Pemasaran dan Perluasan Pasar

Digitalisasi pemasaran diarahkan pada pemanfaatan marketplace, media sosial, katalog digital, dan *Google Maps Business Profile* untuk meningkatkan visibilitas produk dan memperluas jangkauan konsumen. Pendekatan tersebut memberikan peluang bagi UMKM untuk mengurangi ketergantungan pada pasar lokal dan membangun hubungan yang lebih luas dengan konsumen. Namun, efektivitas pemasaran digital tetap bergantung pada kualitas produk, konsistensi konten, kemampuan merespons konsumen, serta pengelolaan transaksi sehingga digitalisasi perlu diposisikan sebagai bagian dari strategi bisnis yang lebih komprehensif (Affandi et al., 2024; Tandilino et al., 2025).

Digitalisasi Pencatatan Keuangan

Penguatan pengelolaan keuangan dilakukan melalui penerapan pencatatan penerimaan dan pengeluaran menggunakan format digital sederhana. Intervensi ini diarahkan untuk meningkatkan kemampuan pelaku UMKM dalam memisahkan keuangan usaha dan rumah tangga serta memahami omzet, biaya, keuntungan, dan arus kas. Penerapan pembukuan digital menunjukkan bahwa transformasi manajemen usaha memerlukan proses pembiasaan dan pendampingan karena perubahan praktik pencatatan tidak cukup dicapai melalui penyampaian materi. Penguatan literasi keuangan menjadi penting karena berkaitan dengan kemampuan pelaku usaha dalam mengambil keputusan dan meningkatkan kinerja usaha (Ridhwan et al., 2026; Nugraheni et al., 2025; Tandilino et al., 2025).

Penguatan Usaha Produktif dan SDGs 1

Digitalisasi dalam program ini tidak ditempatkan sebagai tujuan akhir, tetapi sebagai instrumen untuk meningkatkan produktivitas dan pendapatan. Karena itu, digital marketing dipadukan dengan pengembangan produk, pengemasan, branding, diversifikasi, dan strategi peningkatan omzet (Latri et al., 2025).

Pendekatan ini penting bagi pencapaian SDGs 1. Peningkatan kapasitas digital akan lebih bermakna apabila menghasilkan akses pasar, peningkatan transaksi, efisiensi pengelolaan usaha, dan pada akhirnya peningkatan pendapatan rumah tangga (World Bank, 2016; United Nations, 2015).

Desa Sorue Jaya juga memiliki potensi ekonomi berbasis perikanan yang dapat menjadi basis pengembangan rantai nilai lokal. Laporan kegiatan mencatat adanya 263 nelayan dan 92 unit kapal perikanan, sementara keberadaan Kampung Nelayan Merah Putih memberikan peluang penguatan aktivitas produksi dan pengolahan hasil perikanan.

Dengan demikian, model transformasi yang diterapkan dapat dipahami sebagai hubungan:

Potensi lokal → produksi → pengolahan → penguatan produk → digitalisasi pemasaran → perluasan pasar → peningkatan nilai tambah → peningkatan pendapatan → pengurangan kerentanan ekonomi.

Rangkaian tersebut memperkuat argumen bahwa program pemberdayaan UMKM desa sebaiknya tidak hanya berupa pelatihan teknologi, tetapi mengintegrasikan teknologi dengan pengembangan usaha produktif.

Pendekatan integratif tersebut sejalan dengan temuan penelitian yang menunjukkan bahwa digitalisasi perlu diikuti dengan penguatan kemampuan usaha, inovasi produk, dan aspek keberlanjutan agar manfaat teknologi dapat diterjemahkan menjadi kinerja usaha yang

lebih baik (Lastri et al., 2025; Fahrurrozi, 2025; Almilia et al., 2025). Lastri et al. secara khusus menemukan bahwa inovasi produk menjadi mekanisme penting yang menghubungkan literasi digital dan keuangan dengan keberlanjutan usaha.

Keberlanjutan Program

Keberlanjutan merupakan aspek penting dalam kegiatan pemberdayaan masyarakat. Program ini dirancang melalui pembentukan kelompok usaha produktif, penunjukan kader ekonomi desa, monitoring pendapatan secara berkala, dan integrasi kegiatan dengan agenda pemberdayaan desa.

Keberlanjutan juga diperlukan karena kemampuan digital tidak secara otomatis menghasilkan keberhasilan usaha. Studi mengenai digital *literacy*, *e-commerce adoption*, dan sustainability UMKM di Indonesia menunjukkan bahwa kemampuan digital perlu dikonversikan menjadi kinerja keuangan agar memberikan dampak nyata terhadap keberlanjutan usaha. Temuan tersebut sejalan dengan Fahrurrozi (2025), Noerchoidah et al. (2025), dan Nugraheni et al. (2025) yang menekankan pentingnya keterampilan digital, pengetahuan keuangan, dan penguatan kapasitas dalam mendukung keberlanjutan UMKM.

Oleh karena itu, pendampingan pascapelatihan perlu diarahkan pada tiga aspek: konsistensi penggunaan teknologi, monitoring transaksi dan pendapatan, serta penguatan jaringan pasar. Pemerintah desa dapat berperan sebagai fasilitator dalam menjaga keberlanjutan kelompok usaha produktif dan mengintegrasikan kegiatan tersebut dengan agenda ekonomi desa.

KESIMPULAN

Kegiatan pengabdian kepada masyarakat melalui Model Transformasi UMKM Desa Berbasis Digitalisasi dan Penguatan Usaha Produktif memberikan pendekatan yang terintegrasi dalam meningkatkan kapasitas pelaku UMKM Desa Sorue Jaya. Model ini menggabungkan digitalisasi pemasaran, pengelolaan keuangan, pengembangan usaha produktif, serta penguatan kelembagaan ekonomi desa. Integrasi tersebut mendukung pelaku UMKM untuk tidak hanya memahami pemanfaatan teknologi digital, tetapi juga mengaplikasikannya dalam aktivitas usaha, pengelolaan keuangan, pengembangan produk, dan perluasan akses pasar.

Pelaksanaan kegiatan melalui sosialisasi, pelatihan, praktik langsung, dan pendampingan menunjukkan adanya peningkatan kapasitas peserta setelah mengikuti program. Peningkatan tersebut tercermin dari perubahan rata-rata skor evaluasi dari 48,95 pada *pre-test* menjadi 79,95 pada *post-test*. Digitalisasi pemasaran juga menunjukkan perkembangan pada pemanfaatan marketplace dan media sosial bisnis, sementara penerapan pembukuan digital sederhana mulai dilakukan oleh sebagian peserta. Meskipun demikian, kemampuan pengembangan usaha produktif dan perluasan pasar ke luar desa masih memerlukan penguatan dan pendampingan lanjutan.

Dalam perspektif SDGs 1 (Tanpa Kemiskinan), kegiatan ini dapat dipandang sebagai salah satu bentuk kontribusi dan potensi dukungan terhadap penguatan kesempatan ekonomi masyarakat desa melalui peningkatan kapasitas UMKM, pemanfaatan teknologi digital, pengembangan usaha produktif, dan perluasan akses pasar. Penguatan kapasitas tersebut berpotensi mendukung peningkatan produktivitas, nilai tambah, dan peluang pendapatan apabila dapat diterapkan secara konsisten dan berkelanjutan. Dengan demikian, keterkaitan

program dengan SDGs 1 berada pada level kontribusi terhadap penguatan kapasitas dan ketahanan ekonomi masyarakat, bukan sebagai bukti langsung mengenai penurunan tingkat kemiskinan.

Keberlanjutan program perlu didukung melalui kelompok usaha produktif, kader ekonomi desa, monitoring usaha secara berkala, serta keterlibatan pemerintah desa. Pendampingan pascapelatihan menjadi penting agar pengetahuan dan keterampilan yang diperoleh dapat terus diterapkan dan berkembang menjadi aktivitas ekonomi yang produktif dan berkelanjutan.

Keterbatasan kegiatan ini terletak pada pengukuran hasil yang masih berfokus pada perubahan kapasitas peserta melalui *pre-test* dan *post-test* pada satu kelompok. Evaluasi belum secara langsung mengukur perubahan pendapatan rumah tangga, peningkatan profitabilitas usaha, atau penurunan tingkat kemiskinan. Oleh karena itu, hubungan antara program dan pencapaian SDGs 1 belum dapat dinyatakan sebagai hubungan sebab-akibat secara langsung. Evaluasi lanjutan dengan pemantauan pendapatan, kinerja usaha, dan kondisi ekonomi peserta dalam periode yang lebih panjang diperlukan untuk menilai kontribusi program terhadap pencapaian SDGs 1 secara lebih komprehensif.

DEKLARASI

Kontribusi Penulis. La Ode Suriadi: Konseptualisasi, metodologi, supervisi, administrasi kegiatan, penyusunan naskah awal, serta peninjauan dan penyuntingan naskah. Nursaban Romy Suleman: Investigasi/pengumpulan data, pengelolaan data, serta penyusunan naskah awal. Mulyati Akib: Investigasi/pengumpulan data, analisis data, serta peninjauan dan penyuntingan naskah. Yusuf: Investigasi/pengumpulan data, validasi, serta peninjauan dan penyuntingan naskah.

Pendanaan. Kegiatan pengabdian kepada masyarakat ini didanai melalui Hibah BLU Universitas Halu Oleo (UHO) Nomor 1959/A/DST/UN29.9/KU/2026.

Konflik Kepentingan. Para penulis menyatakan tidak terdapat konflik kepentingan terkait pelaksanaan kegiatan maupun publikasi artikel ini

Penggunaan Kecerdasan Artifisial. Penulis menggunakan perangkat kecerdasan artifisial generatif untuk membantu perbaikan redaksi, pemadatan paragraf, penerjemahan abstrak, dan peningkatan kualitas bahasa akademik. Kecerdasan artifisial tidak digunakan untuk menghasilkan data, melakukan analisis, atau menentukan interpretasi dan kesimpulan. Seluruh substansi, data, analisis, interpretasi, dan kesimpulan telah diperiksa dan menjadi tanggung jawab penuh penulis.

Persetujuan Etik dan Informed Consent. Kegiatan ini merupakan program pengabdian kepada masyarakat dan tidak melibatkan intervensi medis, eksperimen klinis, ataupun pengumpulan data sensitif. Berdasarkan karakteristik kegiatan tersebut, persetujuan etik formal dinyatakan tidak berlaku. Partisipasi peserta dalam kegiatan dan evaluasi dilakukan dalam konteks pelaksanaan program.

Ketersediaan Data. Data yang mendukung hasil kegiatan ini berasal dari evaluasi *pre-test* dan *post-test* peserta, instrumen evaluasi kegiatan, serta hasil observasi dan verifikasi selama pelaksanaan program. Data agregat yang relevan telah disajikan dalam artikel. Data individual

peserta tidak tersedia untuk publik karena memuat informasi yang diperoleh dari peserta kegiatan dan dijaga kerahasiaannya.

Ucapan Terima Kasih. Penulis menyampaikan terima kasih kepada Universitas Halu Oleo atas dukungan pendanaan melalui Hibah BLU UHO Nomor 1959/A/DST/UN29.9/KU/2026. Apresiasi juga disampaikan kepada para pelaku UMKM Desa Sorue Jaya, Kecamatan Soropia, Kabupaten Konawe, yang telah berpartisipasi dalam rangkaian kegiatan pelatihan, pendampingan, serta evaluasi program. Penulis juga menyampaikan penghargaan kepada seluruh pihak yang telah mendukung kelancaran pelaksanaan kegiatan pengabdian kepada masyarakat ini.

DAFTAR PUSTAKA

- Affandi, Y., Ridhwan, M. M., Trinugroho, I., & Adiwibowo, D. H. (2024). Digital adoption, business performance, and financial literacy in ultra-micro, micro, and small enterprises in Indonesia. *Research in International Business and Finance*, 70, 102376. <https://doi.org/10.1016/j.ribaf.2024.102376>
- Affandi, Y., Ridhwan, M. M., & Santosa, C. M. P. (2025). A study of national digital adoption index for Indonesian UMSEs (Expansion). Bank Indonesia Working Paper RP/MON/09/2024.
- Afrianty, T. W., Raharjo, K., Prakasa, Y., Abimanyu, A., & Burgess, J. (2026). Internal and external factors enhancing knowledge acquisition and digital literacy for digital business transformation: Evidence from small businesses in Indonesia. *Social Sciences & Humanities Open*, 13, 102851.
- Almilia, L. S., Mursita, L. Y., Mustafida, N., Rachmadia, R., Irnawati, D., & Rohmayati, N. (2025). Digitalization of MSME in green campaign activities, supply chain, and quality control: Do they support SDG performance? *International Journal of Asian Business and Information Management*, 16(1), 1–25. <https://doi.org/10.4018/IJABIM.389266>
- Fahrurrozi, M. (2025). Building sustainable businesses: How education, digitalization, and collaboration drive long-term success. *Social Sciences & Humanities Open*, 12, 101707. <https://doi.org/10.1016/j.ssaho.2025.101707>
- Lastri, S., Marlizar, M., Erlinda, E., & Syamsidar. (2025). Financial and digital literacy as catalysts for MSMEs' business sustainability: The roles of product innovation and creativity. *International Journal of Business Economics*, 7(1), 69–86. <https://doi.org/10.30596/ijbe.v7i1.24486>
- Noerchoidah, N., Suhardiyah, M., Nurcahyanie, Y. D., & Sawitri, A. P. (2025). Optimization of digital literacy knowledge sharing and human capital on digital economy for MSMEs business sustainability. *International Journal of Human Capital and Information Technology Professionals*, 16(1), 1–18. <https://doi.org/10.4018/IJHCITP.368715>
- Nugraheni, P., Darma, E. S., & Muhammad, R. (2025). Adoption of digital technology and financial knowledge: Strategies for achieving sustainable performance of MSMEs.

- Journal of Risk and Financial Management*, 18(11), 646.
<https://doi.org/10.3390/jrfm18110646>
- Ridhwan, M. M., Suryahadi, A., Inggrid, & Santosa, C. M. P. (2026). Financial literacy and business performance: Evidence from Indonesia's ultra-micro, micro, small, and medium enterprises. *Journal of Industrial and Business Economics*, 53(3), 1173–1202.
<https://doi.org/10.1007/s40812-026-00406-2>
- Tandilino, C., Pontoh, G. T., Darmawati, D., & Indrijawati, A. (2025). Digital financial inclusion as a mediator of digital financial literacy and government support in MSME performance. *International Journal of Financial Studies*, 13(4), 199.
<https://doi.org/10.3390/ijfs13040199>
- Taufique, K. A. (2026). A guide to key decision criteria for Likert-scale use in survey research. *Global Business and Organizational Excellence*. <https://doi.org/10.1002/joe.70032>
- Timur, Y. P., Masrizal, & Trianto, B. (2025). Factors influencing adoption of e-payments by microenterprises' owners in Indonesia. *Journal of Modelling in Management*, 20(6), 2054–2085. <https://doi.org/10.1108/JM2-09-2024-0305>
- United Nations. (2015). *Transforming our world: The 2030 agenda for sustainable development*. United Nations.
- World Bank. (2016). *World development report 2016: Digital dividends*. World Bank.
- Yamashita, T. (2022). Analyzing Likert scale surveys with Rasch models. *Research Methods in Applied Linguistics*, 1(3), 100022. <https://doi.org/10.1016/j.rmal.2022.100022>