

# Strategi Pengembangan UMKM Berbasis Potensi Lokal Melalui Penerapan Digitalisasi Kewirausahaan

Nur Fahmi Ahmad<sup>\*1</sup>, Muthi Syahidah<sup>1</sup>, Andi Ummul Khair<sup>2</sup>, Mustamin<sup>2</sup>, Widi Astutik<sup>3</sup>,  
Achmad Zulkarnaen<sup>2</sup>

<sup>1</sup> Program Studi Pendidikan Teknologi Informasi, Fakultas Teknologi Industri,  
Insititut Teknologi dan Bisnis Nobel Indonesia, Indonesia

<sup>2</sup> Program Studi Manajemen, Fakultas Ekonomi dan Bisnis, Insititut Teknologi dan Bisnis Nobel Indonesia,  
Indonesia

<sup>3</sup> Program Studi Teknik Industri, Fakultas Teknologi Industri, Insititut Teknologi dan Bisnis Nobel Indonesia,  
Indonesia

\*e-mail: nurfahmi@nobel.ac.id

Article Info: Received: 7 January 2026, Accepted: 24 January 2026, Published: 2 February 2026

## Abstract

*The low use of digital technology by Micro, Small, and Medium Enterprises (MSMEs) based on local potential is still an obstacle in increasing competitiveness and business sustainability in the midst of digital economy transformation. This condition is also experienced by MSMEs in Cimpiga Village, Camba District, Maros Regency, most of which are still managed conventionally with limited market reach. This Community Service activity aims to increase digital literacy and entrepreneurial capacity of MSMEs through the implementation of entrepreneurial digitalization. A participatory approach is used to encourage active involvement of partners in the learning process and application of digital technology. The results of the activity showed an increase in the understanding, digital skills, and marketing capabilities of MSMEs, followed by a change in business patterns towards a more adaptive use of digital media. These findings show that entrepreneurship digitalization is effective as a strategy for empowering MSMEs based on local potential and contributes to increasing competitiveness and readiness of business actors in facing the dynamics of the digital economy in a sustainable manner.*

**Keywords:** Development Strategies; Digitalization; Entrepreneurship; Local Potential; MSMEs

## Abstrak

*Rendahnya pemanfaatan teknologi digital oleh pelaku Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah (UMKM) berbasis potensi lokal masih menjadi kendala dalam peningkatan daya saing dan keberlanjutan usaha di tengah transformasi ekonomi digital. Kondisi ini juga dialami oleh UMKM di Kelurahan Cempaniga, Kecamatan Camba, Kabupaten Maros, yang sebagian besar masih dikelola secara konvensional dengan jangkauan pasar yang terbatas. Kegiatan Pengabdian kepada Masyarakat ini bertujuan untuk meningkatkan literasi digital dan kapasitas kewirausahaan UMKM melalui penerapan digitalisasi kewirausahaan. Pendekatan partisipatif digunakan untuk mendorong keterlibatan aktif mitra dalam proses pembelajaran dan penerapan teknologi digital. Hasil kegiatan menunjukkan adanya peningkatan pemahaman, keterampilan digital, serta kemampuan pemasaran UMKM, yang diikuti dengan perubahan pola usaha menuju pemanfaatan media digital secara lebih adaptif. Temuan ini menunjukkan bahwa digitalisasi kewirausahaan efektif sebagai strategi pemberdayaan UMKM berbasis potensi lokal dan berkontribusi pada peningkatan daya saing serta kesiapan pelaku usaha dalam menghadapi dinamika ekonomi digital secara berkelanjutan.*

**Kata kunci:** Strategi Pengembangan; Digitalisasi; Kewirausahaan; Potensi Lokal, UMKM

## 1. PENDAHULUAN

Transformasi ekonomi digital merupakan fenomena global yang mendorong perubahan signifikan dalam pola kewirausahaan dan pengelolaan usaha di berbagai sektor ekonomi (Zhuravlev & Glukhov, 2021). Integrasi teknologi digital ke dalam aktivitas bisnis telah mengubah cara pelaku usaha menciptakan nilai, menjangkau konsumen, serta mengelola sumber daya secara lebih efisien dan adaptif. Kondisi ini menempatkan kemampuan beradaptasi terhadap teknologi sebagai faktor kunci dalam keberlanjutan dan daya saing usaha. Perkembangan teknologi informasi dan komunikasi, peningkatan penetrasi internet, serta meluasnya penggunaan perangkat digital telah menciptakan ekosistem bisnis baru yang menuntut pelaku usaha untuk beradaptasi secara cepat dan berkelanjutan (Purba et al., 2025).

Dalam ekosistem ini, proses bisnis tidak lagi terbatas pada interaksi tatap muka, tetapi semakin mengandalkan platform digital dalam pemasaran, distribusi, dan komunikasi dengan konsumen.

Kondisi tersebut mendorong perubahan perilaku konsumen yang semakin mengutamakan kemudahan, kecepatan, dan aksesibilitas, sehingga pelaku usaha dituntut untuk memanfaatkan teknologi digital sebagai bagian dari strategi pengembangan usaha agar tetap kompetitif. Selain itu, dukungan kebijakan pemerintah terhadap penguatan ekonomi digital, termasuk pengembangan infrastruktur digital dan perluasan inklusi keuangan, semakin mempercepat pergeseran model kewirausahaan dari pendekatan konvensional menuju pemanfaatan platform digital, seperti media sosial, marketplace, dan sistem pembayaran elektronik (Man et al., 2025). Dalam konteks nasional, digitalisasi kewirausahaan dipandang sebagai strategi penting untuk meningkatkan efisiensi operasional, memperluas akses pasar, serta memperkuat daya saing usaha di tengah dinamika persaingan global (Barreto et al., 2025).

Bagi Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah (UMKM), transformasi digital tidak hanya berfungsi sebagai sarana pemasaran, tetapi juga sebagai instrumen strategis dalam penguatan branding, inovasi produk, dan pengelolaan usaha yang lebih adaptif (Hendra, 2025). Oleh karena itu, digitalisasi kewirausahaan menjadi fondasi penting dalam mendorong pertumbuhan ekonomi yang inklusif dan berkelanjutan, sekaligus membuka peluang bagi UMKM untuk berpartisipasi secara aktif dalam rantai nilai ekonomi digital.

Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah (UMKM) memiliki peran strategis sebagai tulang punggung perekonomian nasional dan lokal karena kontribusinya yang signifikan dalam penciptaan lapangan kerja, pemerataan pendapatan, serta peningkatan kesejahteraan masyarakat (Janah & Tampubolon, 2024). Keberadaan UMKM tidak hanya menjadi penggerak utama aktivitas ekonomi di tingkat akar rumput, tetapi juga berfungsi sebagai penopang ketahanan ekonomi masyarakat, khususnya di wilayah perdesaan dan non-perkotaan (Widodo et al., 2025). UMKM berperan dalam mengoptimalkan pemanfaatan sumber daya lokal, mendorong kewirausahaan masyarakat, serta memperkuat struktur ekonomi lokal agar lebih inklusif dan berkelanjutan. Selain itu, UMKM memiliki fleksibilitas tinggi dalam beradaptasi terhadap perubahan kondisi ekonomi, sehingga mampu bertahan dalam situasi krisis dan ketidakpastian ekonomi (Winarsih, 2025). Oleh karena itu, penguatan kapasitas UMKM menjadi agenda penting dalam pembangunan ekonomi, terutama melalui peningkatan daya saing, inovasi, dan keberlanjutan usaha agar kontribusinya terhadap perekonomian dapat terus ditingkatkan secara optimal (Arjang et al., 2025).

Keberadaan UMKM tidak hanya berfungsi sebagai penggerak aktivitas ekonomi, tetapi juga sebagai penopang ketahanan ekonomi masyarakat (Sindhvani et al., 2023), khususnya di wilayah perdesaan dan non-perkotaan. Namun, di tengah percepatan transformasi digital, UMKM dihadapkan pada tantangan adaptasi yang cukup kompleks. Masih terdapat kesenjangan yang nyata antara besarnya peluang yang ditawarkan oleh teknologi digital seperti perluasan akses pasar, efisiensi operasional, dan peningkatan daya saing dengan kemampuan aktual UMKM dalam mengadopsi dan memanfaatkan teknologi tersebut secara optimal (Yunitasari et al., 2025). Meskipun teknologi digital membuka peluang bagi UMKM untuk menjangkau konsumen yang lebih luas dan meningkatkan kinerja usaha, tidak semua pelaku UMKM memiliki kesiapan yang memadai untuk mengintegrasikan teknologi ke dalam aktivitas bisnis sehari-hari.

Kesenjangan ini umumnya dipengaruhi oleh rendahnya tingkat literasi digital, keterbatasan keterampilan teknis, serta minimnya pengalaman dalam mengelola platform digital secara berkelanjutan. Selain itu, keterbatasan akses terhadap pendampingan yang bersifat aplikatif dan kontekstual menyebabkan pemanfaatan teknologi digital oleh UMKM sering kali bersifat parsial dan tidak berkelanjutan. Kondisi tersebut berimplikasi pada terbatasnya kemampuan UMKM untuk memaksimalkan potensi teknologi digital, sehingga peluang peningkatan kinerja usaha dan daya saing belum sepenuhnya dapat diwujudkan. Kesenjangan ini umumnya disebabkan oleh rendahnya tingkat literasi digital pelaku usaha, keterbatasan keterampilan teknis dalam pengelolaan platform digital, serta minimnya akses terhadap pendampingan yang bersifat aplikatif dan berkelanjutan (Saragih et al., 2024). Kondisi tersebut semakin terasa di wilayah non-perkotaan, di mana keterbatasan sumber daya, informasi, dan program pemberdayaan berbasis teknologi menyebabkan UMKM masih bergantung pada pola usaha konvensional dan menghadapi kesulitan untuk bersaing dalam ekosistem ekonomi digital yang semakin kompetitif (Thahir et al., 2025).

Kondisi kesenjangan adopsi teknologi digital tersebut juga ditemukan pada UMKM di Kelurahan Cempaniga, Kecamatan Camba, Kabupaten Maros. UMKM di wilayah ini berkembang

dengan mengandalkan potensi lokal yang tersedia, seperti pengolahan hasil pertanian, produksi makanan tradisional, serta berbagai bentuk usaha rumah tangga yang menjadi sumber penghidupan utama masyarakat setempat. Produk-produk yang dihasilkan memiliki karakteristik khas dan nilai ekonomi yang potensial untuk dikembangkan lebih luas. Namun demikian, sebagian besar pelaku UMKM masih mengelola usaha secara konvensional, baik dalam aspek pemasaran, pencatatan usaha, maupun pengelolaan hubungan dengan konsumen. Pola pemasaran yang diterapkan umumnya masih terbatas pada lingkup lokal dan mengandalkan jaringan personal, sehingga jangkauan pasar menjadi sempit dan pertumbuhan usaha berjalan relatif lambat.

Pemanfaatan media digital untuk promosi, penguatan branding produk, peningkatan kualitas kemasan, serta pengelolaan usaha berbasis teknologi belum dilakukan secara optimal. Akibatnya, potensi lokal yang dimiliki belum mampu diolah menjadi nilai tambah yang berkelanjutan dan berdaya saing, terutama dalam menghadapi produk sejenis dari wilayah lain yang telah lebih dahulu memanfaatkan teknologi digital sebagai bagian dari strategi kewirausahaan mereka.

Urgensi pelaksanaan kegiatan Pengabdian kepada Masyarakat ini terletak pada kebutuhan nyata pelaku UMKM untuk beradaptasi dengan perubahan lingkungan usaha yang semakin digital. Tanpa adanya intervensi berupa peningkatan literasi digital dan pendampingan kewirausahaan, UMKM berbasis potensi lokal berisiko tertinggal dalam persaingan pasar dan mengalami keterbatasan keberlanjutan usaha. Oleh karena itu, pengabdian ini menjadi penting sebagai upaya pemberdayaan ekonomi masyarakat yang tidak hanya berorientasi pada peningkatan pengetahuan, tetapi juga pada perubahan praktik usaha secara langsung.

Berdasarkan kondisi tersebut, tujuan kegiatan Pengabdian kepada Masyarakat ini adalah untuk meningkatkan literasi digital dan kapasitas kewirausahaan pelaku UMKM melalui penerapan digitalisasi kewirausahaan yang kontekstual dan aplikatif. Kegiatan ini diarahkan untuk membantu UMKM memanfaatkan media digital dalam pemasaran, memperkuat branding dan kemasan produk, serta mengadopsi sistem pembayaran digital, sehingga UMKM berbasis potensi lokal di Kelurahan Cempaniga mampu meningkatkan daya saing, memperluas jangkauan pasar, dan mencapai keberlanjutan usaha di era ekonomi digital.

## 2. METODE

Metode pelaksanaan kegiatan pengabdian kepada masyarakat ini menerapkan pendekatan partisipatif yang dipadukan dengan pendampingan berkelanjutan, dengan menempatkan pelaku UMKM sebagai aktor utama dalam seluruh rangkaian kegiatan. Kegiatan dilaksanakan di Kelurahan Cempaniga, Kecamatan Camba, Kabupaten Maros, pada bulan November 2025, dengan melibatkan 20 pelaku UMKM sebagai mitra. Pendekatan ini dirancang untuk memastikan bahwa proses digitalisasi kewirausahaan tidak berhenti pada transfer pengetahuan, tetapi mampu mendorong perubahan praktik usaha secara nyata dan berkelanjutan sesuai dengan konteks potensi lokal yang dimiliki mitra.

Pelaksanaan program diawali dengan kegiatan identifikasi dan analisis kebutuhan mitra melalui observasi lapangan, wawancara, serta diskusi kelompok terbatas bersama pelaku UMKM. Kegiatan ini bertujuan memperoleh gambaran menyeluruh mengenai karakteristik usaha, potensi lokal yang dikembangkan, tingkat literasi digital, serta kendala utama yang dihadapi dalam pengelolaan dan pemasaran produk. Hasil analisis kebutuhan tersebut dievaluasi secara kualitatif dengan menilai kelengkapan dan relevansi data sebagai dasar perancangan materi dan strategi pendampingan pada tahap selanjutnya.

Berdasarkan hasil analisis kebutuhan, kegiatan dilanjutkan dengan sosialisasi dan peningkatan literasi digital kewirausahaan. Pada tahap ini, mitra diberikan pemahaman mengenai konsep kewirausahaan digital, peluang pasar berbasis platform digital, serta manfaat pemanfaatan teknologi dalam meningkatkan daya saing UMKM. Evaluasi ketercapaian tahap ini dilakukan melalui pengukuran tingkat pemahaman peserta menggunakan instrumen pre-test dan post-test, disertai dengan pengamatan terhadap partisipasi aktif dan respons mitra selama proses sosialisasi berlangsung.

Upaya peningkatan kapasitas mitra kemudian diperkuat melalui pelatihan dan praktik digitalisasi kewirausahaan yang bersifat aplikatif. Kegiatan pelatihan meliputi pembuatan dan pengelolaan akun media sosial usaha, pemanfaatan marketplace, pengenalan dasar branding dan kemasan produk, serta teknik fotografi produk sederhana. Evaluasi pada tahap ini difokuskan pada

kemampuan mitra dalam mempraktikkan materi secara mandiri, seperti keberhasilan membuat akun usaha, mengunggah produk, dan menyusun konten promosi digital.

Untuk memastikan keberlanjutan penerapan digitalisasi kewirausahaan, kegiatan pendampingan implementasi dilakukan secara intensif. Tim pengabdian mendampingi mitra dalam pengelolaan akun digital, penyusunan konten promosi, serta interaksi dengan konsumen melalui platform digital. Evaluasi tahap pendampingan dilakukan melalui pemantauan konsistensi pemanfaatan media digital, frekuensi unggahan produk, serta kemampuan mitra dalam mengatasi kendala teknis yang muncul selama proses implementasi.

Rangkaian kegiatan ditutup dengan monitoring dan evaluasi secara menyeluruh untuk menilai efektivitas program dan tingkat ketercapaian tujuan pengabdian. Evaluasi dilakukan dengan membandingkan hasil pre-test dan post-test, menilai peningkatan pengetahuan dan keterampilan digital mitra, serta mengamati perubahan pola pemasaran dari metode konvensional menuju pemanfaatan media digital. Hasil evaluasi ini digunakan sebagai dasar penilaian keberhasilan program sekaligus sebagai bahan perumusan rekomendasi penguatan dan keberlanjutan kegiatan pengabdian di masa mendatang.

### 3. HASIL DAN PEMBAHASAN

Pelaksanaan kegiatan pengabdian diawali dengan identifikasi dan analisis kebutuhan mitra melalui observasi lapangan dan wawancara dengan pelaku UMKM di Kelurahan Cempaniga. Hasil kegiatan menunjukkan bahwa UMKM setempat didominasi oleh usaha berbasis potensi lokal, seperti produk olahan pangan, hasil pertanian, dan usaha rumah tangga. Namun demikian, sebagian besar pelaku UMKM masih menjalankan usaha secara konvensional, terutama pada aspek pemasaran dan pencatatan usaha. Tingkat literasi digital mitra berada pada kategori dasar, yang ditandai dengan keterbatasan pemanfaatan media sosial dan belum optimalnya penggunaan marketplace sebagai sarana penjualan. Kondisi ini menunjukkan adanya kesenjangan antara potensi produk lokal yang dimiliki dengan kemampuan mitra dalam memanfaatkan teknologi digital secara efektif. Temuan awal ini menjadi dasar perancangan intervensi pengabdian yang difokuskan pada peningkatan kapasitas digital kewirausahaan secara aplikatif dan kontekstual.

Upaya peningkatan kapasitas mitra dilanjutkan melalui kegiatan sosialisasi dan penguatan literasi digital kewirausahaan. Kegiatan ini bertujuan membangun pemahaman awal mengenai peran dan manfaat digitalisasi dalam pengembangan usaha. Hasil evaluasi menunjukkan adanya peningkatan pemahaman dan kesadaran mitra terhadap pentingnya teknologi digital sebagai sarana strategis untuk memperluas jangkauan pasar dan meningkatkan daya saing produk. Respons aktif peserta selama diskusi interaktif mengindikasikan tumbuhnya motivasi untuk mulai mengadopsi teknologi digital sesuai dengan karakteristik usaha yang dijalankan. Sosialisasi ini berperan sebagai tahap awal perubahan perilaku usaha, yang selanjutnya diperkuat melalui pelatihan teknis dan praktik langsung.



**Gambar 1. Pemaparan Materi**

Tahap pelatihan dan praktik digitalisasi kewirausahaan difokuskan pada peningkatan keterampilan teknis mitra dalam memanfaatkan media digital. Materi pelatihan mencakup pembuatan dan pengelolaan akun media sosial usaha, pemanfaatan marketplace, penggunaan QRIS sebagai metode

pembayaran digital, serta penguatan aspek branding, kemasan produk, dan teknik fotografi produk sederhana. Hasil evaluasi menunjukkan bahwa mitra mampu mempraktikkan secara langsung materi yang diberikan, seperti membuat akun usaha, menyusun konten promosi digital, dan menampilkan produk secara lebih menarik. Temuan ini menunjukkan bahwa pendekatan pelatihan yang aplikatif dan berbasis praktik efektif dalam mengurangi hambatan teknis serta meningkatkan kesiapan mitra dalam mengadopsi teknologi digital.



**Gambar 2. Pembuatan Qris pada satu UMKM**

Penerapan keterampilan digital yang telah diperoleh mitra diperkuat melalui kegiatan pendampingan implementasi yang dilakukan secara intensif. Pendampingan mencakup asistensi pengelolaan akun digital, pengunggahan dan penyusunan deskripsi produk, serta strategi interaksi dengan konsumen melalui berbagai platform digital. Hasil pendampingan menunjukkan peningkatan konsistensi dan kepercayaan diri mitra dalam menerapkan praktik digitalisasi kewirausahaan, yang tercermin dari meningkatnya frekuensi unggahan produk dan aktivitas komunikasi daring dengan konsumen. Perubahan ini mengindikasikan adanya pergeseran pola usaha dari pendekatan konvensional menuju pemanfaatan media digital. Pendampingan berperan penting dalam membantu mitra mengatasi kendala teknis dan psikologis yang sebelumnya menjadi hambatan utama dalam adopsi teknologi.

Setelah seluruh rangkaian kegiatan selesai, monitoring dan evaluasi dilakukan untuk menilai efektivitas program serta tingkat ketercapaian tujuan pengabdian. Evaluasi dilaksanakan melalui pengukuran peningkatan pengetahuan dan keterampilan digital pelaku UMKM, disertai pengamatan terhadap perubahan pola pemasaran usaha. Hasil evaluasi menunjukkan adanya peningkatan kapasitas kewirausahaan mitra, yang tercermin dari pemanfaatan media digital sebagai sarana pemasaran yang lebih konsisten. Meskipun demikian, temuan evaluasi juga mengindikasikan bahwa penerapan digitalisasi kewirausahaan masih memerlukan penguatan lanjutan agar dapat berjalan secara optimal dan berkelanjutan. Oleh karena itu, tindak lanjut kegiatan diarahkan pada pengembangan pendampingan berkelanjutan dan penguatan jejaring pemasaran digital, sehingga pengembangan usaha berbasis potensi lokal dapat terus ditingkatkan dan memberikan dampak ekonomi jangka panjang bagi mitra.

**Tabel 1. Peningkatan Pemahaman peserta (Pre-test dan Post-test)**

No	Aspek yang Diukur			Skor Pre-Test	Skor Post-Test	Peningkatan
1	Pemahaman Kewirausahaan	Konsep	Digitalisasi	45,2	78,6	+33,4
2	Literasi Digital Dasar (penggunaan media digital)			42,8	75,4	+32,6
3	Kemampuan Pemasaran Digital (media sosial/marketplace)			38,6	72,9	+34,3
4	Pemahaman Branding dan Kemasan Produk			40,1	74,3	+34,2
5	Keterampilan Pembuatan Konten Promosi Digital			36,9	70,8	+33,9

6	Kepercayaan Diri dalam Menggunakan Teknologi Digital	44,5	79,1	+34,6
7	Pemanfaatan Media Digital dalam Aktivitas Usaha	35,7	71,5	+35,8

Hasil pengukuran pre-test dan post-test terhadap 20 pelaku UMKM menunjukkan peningkatan yang signifikan pada seluruh aspek yang diukur setelah pelaksanaan kegiatan pengabdian. Peningkatan tertinggi tercatat pada aspek pemanfaatan media digital dalam aktivitas usaha dengan selisih skor sebesar 35,8 poin. Capaian ini menunjukkan bahwa pelaku UMKM mulai mengadopsi teknologi digital secara lebih aktif dalam menjalankan usaha, sekaligus mengindikasikan efektivitas pendekatan pelatihan dan pendampingan yang bersifat aplikatif dalam mendorong perubahan praktik usaha.

Kemampuan pemasaran digital serta pemahaman terhadap branding dan kemasan produk juga mengalami peningkatan yang cukup tinggi, masing-masing sebesar 34,3 dan 34,2 poin. Peningkatan tersebut mencerminkan bertambahnya pemahaman dan keterampilan mitra dalam memasarkan produk berbasis potensi lokal melalui media digital dengan tampilan yang lebih menarik dan berorientasi pasar. Secara keseluruhan, temuan ini menunjukkan bahwa kegiatan digitalisasi kewirausahaan berkontribusi pada peningkatan literasi digital, kapasitas pemasaran, serta kepercayaan diri pelaku UMKM dalam mengelola usaha.

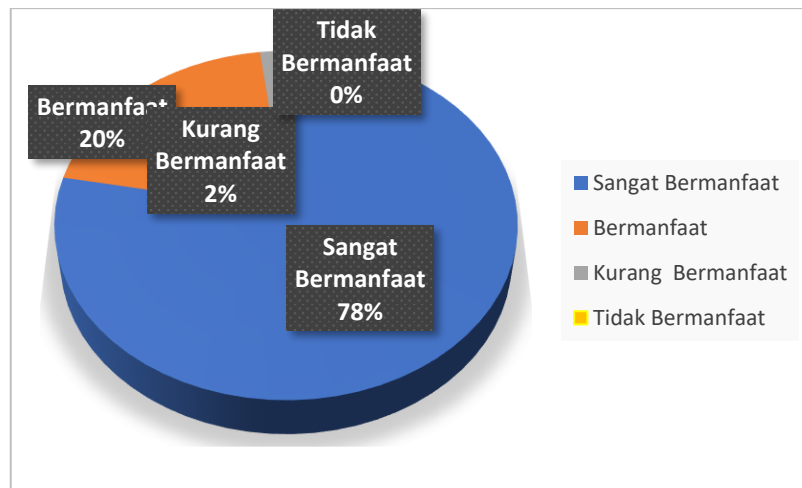
Efektivitas kegiatan pengabdian ini menegaskan bahwa digitalisasi kewirausahaan merupakan pendekatan yang mampu menjawab kebutuhan riil mitra, khususnya pada aspek literasi digital, pemasaran usaha, dan kesiapan memanfaatkan teknologi. Peran teknologi digital dalam konteks ini tidak hanya terbatas sebagai sarana pendukung, tetapi juga berfungsi sebagai instrumen pemberdayaan ekonomi masyarakat di tingkat lokal.

Perubahan perilaku usaha terlihat jelas pada peningkatan pemanfaatan media digital sebagai saluran pemasaran, sejalan dengan temuan Natania & Dwijayanti yang menyatakan bahwa kemajuan teknologi informasi membawa perubahan signifikan dalam praktik pemasaran. Pendekatan pelatihan yang dikombinasikan dengan praktik langsung dan pendampingan intensif terbukti efektif dalam mengurangi hambatan teknis dan psikologis yang sebelumnya dialami mitra (Natania & Dwijayanti, 2024). Digitalisasi kewirausahaan dalam konteks ini dapat dipahami sebagai proses pembelajaran transformatif yang membutuhkan keterlibatan aktif pelaku usaha.

Pemahaman terhadap pentingnya nilai tambah produk juga mengalami penguatan, tercermin dari peningkatan kemampuan branding dan kemasan produk. Temuan ini sejalan dengan hasil pengabdian Asbara yang menunjukkan bahwa penguatan identitas merek visual dan pemasaran daring mampu meningkatkan daya tarik produk UMKM (Asbara et al., 2025). Produk berbasis potensi lokal yang sebelumnya dipasarkan secara terbatas mulai dikemas dan dipromosikan secara lebih menarik melalui media digital, sehingga identitas lokal tetap terjaga sekaligus memiliki daya saing yang lebih luas (Zaenal et al., 2025).

Kepercayaan diri pelaku UMKM dalam menggunakan teknologi digital menjadi temuan penting lainnya dalam kegiatan ini. Kepercayaan diri merupakan faktor kunci dalam keberlanjutan adopsi teknologi, terutama bagi pelaku usaha di wilayah perdesaan. Pendampingan yang kontekstual dan partisipatif terbukti mampu membangun kesiapan mitra untuk mengelola dan mengembangkan usaha secara mandiri setelah kegiatan pengabdian berakhir. Keberhasilan program tidak hanya tercermin dari peningkatan skor kuantitatif, tetapi juga dari perubahan sikap dan kesiapan mitra dalam menghadapi tantangan ekonomi digital.

Tingkat penerimaan mitra terhadap kegiatan pengabdian tergambar dari hasil evaluasi persepsi manfaat kegiatan. Sebagian besar responden menilai kegiatan sangat bermanfaat dengan persentase sebesar 78%, sementara 20% menyatakan bermanfaat. Hanya 2% responden yang menilai kegiatan kurang bermanfaat, dan tidak terdapat responden yang menyatakan tidak bermanfaat. Temuan ini menunjukkan bahwa program digitalisasi kewirausahaan diterima dengan sangat baik dan relevan dengan kebutuhan mitra, serta memperkuat efektivitas pendekatan pemberdayaan UMKM berbasis potensi lokal.



Gambar 3. Diagram Kepuasan Kegiatan Pengabdian

Sebagai rencana tindak lanjut, kegiatan pengabdian diarahkan pada penguatan keberlanjutan penerapan digitalisasi kewirausahaan melalui pendampingan lanjutan yang berfokus pada optimalisasi konten promosi, konsistensi pengelolaan akun digital, dan perluasan akses pasar melalui integrasi dengan platform pemasaran yang lebih luas. Selain itu, pengembangan jejaring kolaborasi antara pelaku UMKM, pemerintah kelurahan, dan pemangku kepentingan terkait menjadi langkah strategis untuk memperkuat ekosistem kewirausahaan digital berbasis potensi lokal. Rencana tindak lanjut ini diharapkan dapat menjaga kesinambungan praktik digitalisasi kewirausahaan serta meningkatkan dampak ekonomi jangka panjang bagi pelaku UMKM di Kelurahan Cempniga.

#### 4. KESIMPULAN

Kegiatan pengabdian kepada masyarakat yang berfokus pada penerapan digitalisasi kewirausahaan menunjukkan kontribusi nyata dalam penguatan kapasitas UMKM berbasis potensi lokal di Kelurahan Cempniga, Kecamatan Camba, Kabupaten Maros. Pelaksanaan program ini berdampak pada peningkatan literasi digital, keterampilan pemasaran, serta kepercayaan diri pelaku UMKM dalam memanfaatkan teknologi digital untuk mendukung aktivitas usaha. Perubahan tersebut tercermin pada pergeseran pola pengelolaan dan pemasaran usaha dari pendekatan konvensional menuju pemanfaatan media digital yang lebih adaptif terhadap kebutuhan pasar. Temuan ini mengindikasikan bahwa digitalisasi kewirausahaan dapat menjadi pendekatan yang efektif dalam mengoptimalkan potensi lokal, memperluas jangkauan pemasaran, dan memperkuat daya saing UMKM, sehingga mendukung keberlanjutan usaha dan pengembangan ekonomi lokal.

#### DAFTAR PUSTAKA

- Arjang, A., Wadu, R. M. B., & Kraugusteeliana, K. (2025). Mengakselerasi Daya Saing UMKM melalui Inovasi Teknologi: Peran Strategis Literasi Digital Masyarakat dalam Mewujudkan Ekosistem Ekonomi Berbasis Platform. *Jurnal Minfo Polgan*, 14(2), 1608–1618.
- Asbara, N. W., Rizal, F., Mubyl, M., Hernawan, H., Mujaddid, M., & Fahrullah, M. (2025). MSME transformation through modern entrepreneurship strategies: An asset-based community development approach. *Community Empowerment*, 10(11). <https://doi.org/10.31603/ce.15106>
- Barreto, A., Hadikusumo, R. A., & Ruswandi, W. (2025). Digital Transformation as a Catalyst for Business Performance and Competitive Dynamics in Emerging Economies. *The Journal of Academic Science*, 2(4), 1228–1238.
- Hendra, H. (2025). Strategi Peningkatan Daya Saing UMKM Melalui Transformasi Digital di Kota Stabat, Kabupaten Langkat, Sumatera Utara. *An-Najah: Journal of Islamic Economics*, 1(01), 12–22.
- Janah, U. R. N., & Tampubolon, F. R. S. (2024). Peran usaha mikro, kecil, dan menengah dalam pertumbuhan ekonomi: Analisis kontribusi sektor umkm terhadap pendapatan nasional di indonesia. *PENG: Jurnal Ekonomi Dan Manajemen*, 1(2), 739–746.

- Man, S., Harto, B., Judijanto, L., Kusumastuti, S. Y., Kurniati, Y., Meta, W., Chaniago, N., Ramadhani, N., & Toii, I. E. W. (2025). *Entrepreneurship di Era Digital*. PT. Sonpedia Publishing Indonesia.
- Natania, A. T., & Dwijayanti, R. (2024). Pemanfaatan Platform Digital Sebagai Sarana Pemasaran Bagi UMKM. *Jurnal Pendidikan Tata Niaga (JPTN)*, 1–8. <https://doi.org/10.26740/jptn.v11n3.p343-351>
- Purba, D. S., Permatasari, P. D., Tanjung, N., Rahayu, P., Fitriani, R., & Wulandari, S. (2025). Analisis Perkembangan Ekonomi Digital dalam Meningkatkan Pertumbuhan Ekonomi di Indonesia. *Jurnal Masharif Al-Syariah: Jurnal Ekonomi Dan Perbankan Syariah*, 10(1). <https://journal.um-surabaya.ac.id/Mas/article/view/25367>
- Saragih, J. F. L., Faradilla, A. J., Nasution, R. A., Tafonao, D. F. A., Pitaloka, D., Amelia, B., & Dongoran, D. (2024). Menutup Kesenjangan Digital: Studi tentang Meningkatkan Kehidupan UMKM Melalui Literasi Digital. *Jurnal Kolaboratif Sains*, 7(5), 1788–1795.
- Sindhvani, R., Hasteer, N., Behl, A., Varshney, A., & Sharma, A. (2023). Exploring “what,” “why” and “how” of resilience in MSME sector: A m-TISM approach. *Benchmarking: An International Journal*, 30(6), 1884–1911.
- Thahir, I. M. C., Mustanir, A., Syarifuddin, H., Said, S., Syarifuddin, R. N., AR, T., Febriyanti, D., & Thamrin, N. T. (2025). *Bunga Rampai Lumbung Digital Pilar Keberlanjutan UMKM dan Pemberdayaan Ekonomi Lokal*. CV Eureka Media Aksara.
- Widodo, H. H., Ivantri, M. A., Safarudin, M. S., Kom, S., Suseno, D. A. N., VET, M., Sari, M. N., Kurniawan, S. A., Patty, M. R., & Impron, I. A. (2025). *Pengembangan Umkm Era Digital*. Penerbit BUDHI MULIA.
- Winarsih, S. (2025). Pengalaman Wirausaha UMKM di Bekasi dalam Menghadapi Tantangan Ketidakpastian Ekonomi: Studi Fenomenologi. *RIGGS: Journal of Artificial Intelligence and Digital Business*, 4(3), 3000–3005.
- Yunitasari, Y., Nenobais, H., & Marwan, J. (2025). Peningkatan Daya Saing UMKM Berbasis Media dan Teknologi untuk Pasar Internasional dan Ekonomi Indonesia. *ABDI MOESTOPO: Jurnal Pengabdian Pada Masyarakat*, 8(1), 174–182.
- Zaenal, F. R., Haris, R., Asbara, N. W., Badawi, B., Irma, I., & Haris, M. I. K. (2025). Enguatan Literasi Digital Dan Edukasi Sanitasi Lingkungan Di Kawasan Wisata Rammang-Rammang. *JMM (Jurnal Masyarakat Mandiri)*, 9(6), 6645–6658. <https://doi.org/10.31764/jmm.v9i6.35368>
- Zhuravlev, D. M., & Glukhov, V. V. (2021). Strategizing of economic systems digital transformation: A driver on innovative development. *St. Petersburg State Polytechnical University Journal. Economics*, 14(2), 7–21.