

Revolusi Digital Umkm bagi Kalangan Wirausaha Muda Komunitas Bisnis Centre

Eka Martyna Theodora^{1*}, Victor Maruli Pakpahan¹, Nidya Banuari¹

¹Universitas Mahkota Tricom Unggul, Sumatera Utara, Indonesia

Abstrak

Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah (UMKM) merupakan tulang punggung perekonomian Indonesia, dengan kontribusi signifikan terhadap Produk Domestik Bruto (PDB) nasional dan penciptaan lapangan kerja. Namun, keterbatasan literasi digital dan akses teknologi menjadi kendala utama dalam menghadapi transformasi bisnis di era digital. Pengabdian masyarakat ini bertujuan untuk meningkatkan literasi digital dan keterampilan manajerial wirausaha muda yang tergabung dalam Bisnis Centre Universitas Mahkota Tricom Unggul, dengan fokus membantu UMKM agribisnis di Sumatera Utara. Kegiatan dilakukan melalui survei awal untuk memahami kebutuhan dan tantangan pelaku usaha, diikuti dengan pelatihan teknis, sosialisasi strategi digital, serta pendampingan dalam adopsi teknologi seperti e-commerce, pemasaran digital, dan analitik data. Metode pelaksanaan melibatkan penggunaan media digital, seminar tatap muka, dan kolaborasi dengan pemerintah, perusahaan teknologi, serta komunitas bisnis. Evaluasi dilakukan untuk mengukur efektivitas kegiatan dan memberikan rekomendasi strategi berkelanjutan. Hasilnya, kegiatan ini berhasil meningkatkan literasi digital dan kapasitas manajerial peserta, memungkinkan mereka menjembatani kesenjangan antara metode bisnis tradisional dan kebutuhan pasar modern. Namun, keterbatasan infrastruktur teknologi di daerah terpencil dan ketergantungan pada platform pihak ketiga menjadi tantangan yang perlu ditangani. Secara keseluruhan, program ini menunjukkan potensi besar dalam mendorong transformasi digital UMKM dan dapat menjadi model untuk replikasi di wilayah lain.

Abstract

Micro, Small, and Medium Enterprises (MSMEs) are the backbone of Indonesia's economy, significantly contributing to the national Gross Domestic Product (GDP) and employment creation. However, limited digital literacy and technological access pose major challenges in adapting to business transformation in the digital era. This community service program aimed to enhance digital literacy and managerial skills among young entrepreneurs in the Business Centre of Mahkota Tricom Unggul University, focusing on assisting agribusiness MSMEs in North Sumatra. The program was implemented through an initial survey to understand the needs and challenges of business actors, followed by technical training, dissemination of digital strategies, and mentoring for adopting technologies such as e-commerce, digital marketing, and data analytics. The methods included the use of digital media, face-to-face seminars, and collaboration with governments, technology companies, and business communities. An evaluation was conducted to measure the effectiveness of the activities and provide recommendations for sustainable strategies. The results demonstrated increased digital literacy and managerial capacity among participants, enabling them to bridge the gap between traditional business practices and modern market demands. However, limitations such as inadequate technological infrastructure in remote areas and dependency on third-party platforms were identified as challenges to address. Overall, this program showcased significant potential in driving MSME digital transformation and serves as a model for replication in other regions.

Kata Kunci: UMKM, literasi digital, transformasi digital, pengabdian masyarakat, agribisnis.



CONTACT Eka Martyna Theodora Tambunan ✉ kencanagrup.edu@gmail.com

© 2024 The Author(s). Dipublikasikan oleh Mitra Palupi. Artikel ini dibawah lisensi Creative Common Attribution 4.0 International License (<https://creativecommons.org/licenses/by/4.0>)

Pendahuluan

Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah (UMKM) telah lama menjadi tulang punggung perekonomian Indonesia (Indahsari et al., 2023; Supriyanto et al., 2017). UMKM berkontribusi signifikan terhadap penciptaan lapangan kerja, pengurangan kemiskinan, dan penguatan ekonomi local (Riana et al., 2022). Menurut data Kementerian Koperasi dan UKM, sektor ini menyumbang lebih dari 60% terhadap Produk Domestik Bruto (PDB) nasional. Karakteristik utama UMKM adalah modal kecil, struktur usaha sederhana, dan keterbatasan akses terhadap teknologi dan pasar global. Namun, meskipun bersifat lokal, UMKM sering menunjukkan daya tahan tinggi terhadap krisis ekonomi. Transformasi digital kini menghadirkan peluang baru untuk memperkuat sektor ini dengan menjangkau pasar lebih luas, meningkatkan efisiensi, dan memfasilitasi inovasi.

Revolusi digital merupakan fenomena yang mengubah hampir semua aspek kehidupan, termasuk model bisnis tradisional (Perananda et al., 2024). Era digital ditandai dengan hadirnya teknologi informasi dan komunikasi canggih seperti internet, kecerdasan buatan, big data, dan Internet of Things (IoT). Dalam konteks bisnis, revolusi digital tidak hanya mendorong efisiensi operasional tetapi juga membuka akses pasar global. Digitalisasi memungkinkan UMKM untuk mengintegrasikan operasional, pemasaran, dan manajemen dalam satu platform terpadu. Di Indonesia, adopsi teknologi digital oleh UMKM menjadi salah satu prioritas utama untuk mendukung pertumbuhan ekonomi inklusif. Namun, revolusi ini juga menuntut pelaku usaha untuk terus belajar dan beradaptasi agar dapat bersaing di pasar yang kompetitif.

Sentra bisnis agribisnis di wilayah Sumatera Utara, yang merupakan salah satu pusat produksi hasil bumi utama Indonesia, menjadi contoh menarik bagaimana UMKM dan digitalisasi dapat bersinergi. Wilayah ini dikenal dengan komoditas unggulan seperti kelapa sawit, karet, kopi, dan hortikultura. Potensi agribisnis di Sumatera Utara tidak hanya terletak pada produksi, tetapi juga pada pengolahan, distribusi, dan pemasaran hasil pertanian. Sentra bisnis agribisnis, yang berbasis pada pengelompokan usaha di sektor ini, berfungsi sebagai wadah untuk mengoptimalkan rantai nilai (value chain). Dengan adanya sentra bisnis, petani dan pelaku usaha kecil dapat bergabung dalam satu ekosistem yang saling mendukung untuk meningkatkan produktivitas, efisiensi, dan daya saing.

Namun, tantangan besar masih menghambat pengembangan sentra agribisnis di Sumatera Utara. Salah satunya adalah rendahnya adopsi teknologi digital dalam aktivitas produksi dan pemasaran. Sebagian besar pelaku UMKM di sektor agribisnis masih bergantung pada metode tradisional, yang sering kali tidak efisien dan kurang responsif terhadap dinamika pasar. Keterbatasan literasi digital, infrastruktur teknologi, dan akses terhadap sumber daya menjadi kendala utama. Revolusi digital menawarkan solusi potensial untuk mengatasi hambatan ini melalui digitalisasi proses produksi, penggunaan e-commerce untuk pemasaran, dan penerapan alat analitik untuk pengambilan keputusan berbasis data.

Transformasi digital dapat membawa perubahan mendasar dalam ekosistem agribisnis Sumatera Utara (Riady, 2021). Misalnya, dengan menggunakan teknologi big data, pelaku UMKM dapat memprediksi tren pasar dan mengatur produksi sesuai kebutuhan konsumen. E-commerce membuka peluang bagi mereka untuk memasarkan produk secara langsung kepada konsumen tanpa perantara, sehingga meningkatkan margin keuntungan. Selain itu, penggunaan teknologi berbasis IoT di sektor pertanian dapat membantu petani memantau kondisi lahan secara real-time, sehingga meningkatkan hasil panen dan efisiensi biaya.

Sebagai langkah strategis, inisiatif pemerintah, perguruan tinggi, dan sektor swasta sangat penting dalam mendorong digitalisasi UMKM di sentra agribisnis. Dukungan berupa pelatihan, pengembangan infrastruktur teknologi, dan akses pembiayaan berbasis fintech menjadi kunci keberhasilan transformasi digital ini. Dalam jangka panjang, pengembangan

sentra agribisnis digital dapat menjadi model bagi wilayah lain di Indonesia untuk memperkuat sektor UMKM sekaligus menciptakan pertumbuhan ekonomi berkelanjutan.

Permasalahan Mitra

Pemuda yang tergabung dalam Komunitas Bisnis Centre Universitas Mahkota Tricom Unggul menghadapi tantangan besar dalam peran mereka sebagai penghubung antara petani tradisional dan pasar modern. Sebagai fasilitator digitalisasi agribisnis, mereka dituntut untuk menjembatani kesenjangan antara praktik pertanian tradisional yang masih minim adopsi teknologi dengan kebutuhan pasar digital yang semakin kompetitif.

Salah satu permasalahan utama adalah rendahnya literasi digital di kalangan petani tradisional. Petani sering kali kurang memahami cara memanfaatkan platform digital seperti marketplace atau media sosial untuk memasarkan produk mereka. Selain itu, ketergantungan terhadap metode penjualan konvensional membatasi akses mereka ke pasar yang lebih luas dan mengurangi daya saing produk lokal.

Di sisi lain, para pemuda dalam komunitas ini menghadapi keterbatasan dalam hal pelatihan dan akses ke sumber daya teknologi yang memadai. Meskipun memiliki semangat inovasi, mereka sering kali kesulitan dalam mengembangkan strategi digital yang efektif untuk membantu petani. Minimnya pendampingan dan dukungan dari pihak eksternal, seperti pemerintah atau perusahaan teknologi, juga menjadi hambatan dalam upaya memaksimalkan potensi agribisnis melalui transformasi digital.

Kondisi ini menunjukkan perlunya sinergi yang lebih baik antara komunitas, institusi pendidikan, dan sektor swasta untuk mendukung peran strategis pemuda sebagai agen perubahan di sektor agribisnis.

Metode

Sosialisasi revolusi digital kepada UMKM dilakukan melalui langkah-langkah terstruktur. Pertama, dilakukan identifikasi target audiens dan analisis kebutuhan untuk memahami tingkat literasi digital serta tantangan yang dihadapi pelaku UMKM dan wirausaha muda. Selanjutnya, materi sosialisasi disusun dalam bentuk panduan praktis, studi kasus, dan pelatihan keterampilan digital yang disajikan dalam format menarik seperti video, e-book, dan presentasi. Proses penyampaian materi memanfaatkan berbagai media, mulai dari platform digital seperti media sosial dan webinar hingga seminar tatap muka dan distribusi materi cetak untuk menjangkau audiens yang lebih luas.

Pelatihan teknis diberikan dengan fokus pada pengelolaan e-commerce, pemasaran digital, dan praktik langsung untuk memperkuat pemahaman peserta. Program ini juga melibatkan kolaborasi dengan pemerintah, perusahaan teknologi, dan komunitas lokal untuk mendukung penyediaan alat, pelatihan, serta regulasi. Evaluasi dilakukan pasca-sosialisasi melalui survei dan diskusi untuk memastikan efektivitas kegiatan. Pendampingan lanjutan serta pembentukan komunitas belajar difasilitasi agar peserta dapat saling berbagi pengalaman dan pengetahuan. Pendekatan ini bertujuan membantu wirausaha muda mengadopsi teknologi digital secara efektif guna meningkatkan daya saing bisnis mereka.

Hasil

Peningkatan Daya Saing UMKM Melalui Transformasi Digital

Kegiatan Pengabdian Masyarakat yang dilaksanakan pada 3 Maret 2024 oleh Bisnis Centre MTU menjadi tonggak penting dalam mendorong digitalisasi di sektor UMKM. Dengan fokus pada wirausaha muda sebagai peserta, program ini bertujuan memberikan

pemahaman strategis tentang pengambilan keputusan manajerial di era teknologi. Wirausaha muda diposisikan sebagai agen perubahan untuk mendorong pelaku usaha mikro dan kecil agar mampu beradaptasi dengan lanskap bisnis modern yang semakin digital.

Program ini diawali dengan survei kondisi bisnis peserta untuk memahami tantangan utama yang mereka hadapi. Survei ini menjadi dasar bagi sosialisasi strategi bisnis berbasis digital, yang melibatkan pemanfaatan berbagai platform seperti marketplace dan media sosial. Dengan pendekatan ini, program tidak hanya memberikan teori, tetapi juga praktik langsung agar peserta dapat segera menerapkan apa yang mereka pelajari.

Salah satu tantangan terbesar dalam transformasi digital UMKM adalah literasi digital yang masih rendah. Oleh karena itu, peningkatan literasi digital menjadi fokus awal. Program pelatihan mencakup penggunaan platform e-commerce, strategi pemasaran digital, dan pengelolaan data bisnis. Dengan bantuan pemerintah, lembaga pendidikan, dan komunitas bisnis, pelaku UMKM diberikan akses ke berbagai sumber daya online, seperti tutorial, webinar, dan kursus digital. Langkah ini bertujuan untuk membangun fondasi keterampilan digital yang kokoh, sehingga pelaku usaha mampu bersaing di pasar yang semakin dinamis.

Pemanfaatan platform e-commerce juga menjadi strategi utama. UMKM didorong untuk membangun kehadiran online melalui platform seperti Tokopedia, Shopee, dan Bukalapak. Selain itu, integrasi media sosial seperti Instagram, Facebook, dan WhatsApp digunakan untuk mendukung pemasaran dan membangun komunitas pelanggan. Dengan pendekatan ini, pelaku UMKM dapat memperluas jangkauan pasar mereka, menjangkau konsumen baru, dan meningkatkan visibilitas produk.

Automatisasi dan efisiensi operasional menjadi poin penting lainnya. UMKM diperkenalkan pada berbagai perangkat lunak manajemen bisnis, seperti aplikasi akuntansi, sistem manajemen inventaris, dan perangkat CRM (Customer Relationship Management). Alat-alat ini tidak hanya membantu mengurangi biaya operasional tetapi juga meningkatkan produktivitas. Selain itu, alat digital kolaborasi seperti Google Workspace dan Microsoft 365 digunakan untuk memperkuat sinergi dalam tim, terutama bagi mereka yang bekerja dari jarak jauh.

Pemasaran digital juga menjadi fokus utama. Pelaku UMKM diajarkan tentang SEO (Search Engine Optimization) dan SEM (Search Engine Marketing) untuk meningkatkan visibilitas online. Strategi content marketing yang melibatkan pembuatan blog, video, dan infografis juga ditekankan sebagai cara membangun kepercayaan pelanggan dan memperkuat brand. Langkah-langkah ini memungkinkan UMKM untuk menarik lebih banyak pengunjung ke situs mereka dan mengkonversi pengunjung tersebut menjadi pelanggan.

Pemanfaatan data dan analitik menjadi salah satu solusi paling inovatif yang ditawarkan dalam program ini. Dengan menggunakan alat analitik, pelaku usaha dapat mengumpulkan dan menganalisis data pelanggan untuk memahami kebutuhan konsumen. Data ini kemudian digunakan untuk personalisasi layanan, meningkatkan loyalitas pelanggan, dan menciptakan strategi bisnis yang lebih efektif.

Namun, dengan semakin luasnya adopsi teknologi, isu keamanan siber dan privasi data menjadi perhatian utama. Pelaku UMKM diajarkan tentang pentingnya proteksi data, seperti penggunaan firewall, enkripsi, dan langkah-langkah keamanan lainnya untuk melindungi informasi bisnis dan pelanggan mereka. Selain itu, kepatuhan terhadap regulasi, seperti

GDPR di Eropa atau Undang-Undang Perlindungan Data di Indonesia, juga disosialisasikan untuk memastikan praktik bisnis yang bertanggung jawab.

Program ini juga mendorong kolaborasi dan jaringan. UMKM didorong untuk bergabung dengan komunitas bisnis digital atau asosiasi yang relevan. Kolaborasi dengan perusahaan teknologi juga difasilitasi untuk membantu pelaku usaha mendapatkan akses ke alat dan layanan terbaru yang dapat meningkatkan daya saing bisnis mereka.

Akses ke pembiayaan digital menjadi elemen penting lainnya. Program ini mengenalkan pelaku UMKM pada platform fintech dan crowdfunding sebagai alternatif pembiayaan. Penggunaan aplikasi keuangan digital juga diajarkan untuk mempermudah manajemen keuangan dan memperkuat kontrol atas arus kas bisnis.

Inovasi produk dan layanan menjadi salah satu hasil utama yang diharapkan. Pelaku UMKM didorong untuk terus melakukan penelitian dan pengembangan, menggunakan teknologi digital untuk menciptakan produk baru atau meningkatkan kualitas produk yang sudah ada. Prototyping dan uji pasar digital, seperti kampanye pre-order atau uji coba di segmen pasar terbatas, menjadi bagian dari strategi untuk meminimalkan risiko sekaligus meningkatkan respons pasar terhadap inovasi.

Transformasi digital tidak dilakukan secara instan. Program ini menganjurkan pendekatan bertahap, dimulai dari langkah-langkah kecil seperti membangun kehadiran media sosial atau menggunakan perangkat lunak manajemen sederhana. Evaluasi berkala juga ditekankan untuk memastikan strategi yang diterapkan tetap relevan dan efektif. Dengan pendekatan ini, pelaku UMKM diharapkan dapat beradaptasi secara perlahan namun pasti, sehingga menciptakan perubahan yang berkelanjutan.

Hasil dari program ini tidak hanya berdampak pada peningkatan keterampilan digital peserta, tetapi juga pada perubahan paradigma bisnis di kalangan UMKM. Para wirausaha muda yang tergabung dalam Bisnis Centre MTU kini memiliki kemampuan untuk menjembatani kesenjangan antara praktik bisnis tradisional dan kebutuhan pasar modern. Dengan dukungan yang berkelanjutan, mereka diharapkan mampu menciptakan ekosistem bisnis yang lebih inklusif dan kompetitif.

Dengan digitalisasi yang terus berkembang, UMKM tidak hanya bertahan tetapi juga berkembang sebagai tulang punggung ekonomi lokal dan nasional. Program ini menjadi bukti nyata bahwa sinergi antara pelaku usaha, lembaga pendidikan, dan pemerintah dapat menciptakan dampak yang signifikan dalam mendorong transformasi digital di sektor UMKM.

Digitalisasi UMKM: Solusi untuk Ketahanan Ekonomi Lokal

Digitalisasi UMKM membuka akses luas ke pasar global dan meningkatkan efisiensi operasional. Platform e-commerce seperti Tokopedia dan Shopee memungkinkan UMKM memasarkan produk mereka ke audiens yang lebih besar dengan biaya yang relatif rendah. Selain itu, media sosial seperti Instagram dan WhatsApp membantu membangun interaksi langsung dengan konsumen, meningkatkan loyalitas pelanggan. Menurut laporan McKinsey, UMKM yang mengadopsi teknologi digital cenderung memiliki pertumbuhan pendapatan lebih tinggi dibandingkan yang tidak.

Pelatihan literasi digital juga menjadi komponen penting. Dengan memahami strategi SEO dan pemasaran digital, pelaku UMKM dapat meningkatkan visibilitas mereka di platform online. Hal ini diperkuat oleh pendapat David Rogers dalam bukunya *The Digital Transformation Playbook*, yang menyebutkan bahwa inovasi berbasis digital tidak hanya menciptakan peluang baru tetapi juga membantu UMKM bersaing dengan perusahaan besar.

Namun, digitalisasi UMKM juga menghadapi tantangan signifikan. Salah satu hambatan utama adalah rendahnya tingkat literasi digital di kalangan pelaku usaha. Data Kementerian Koperasi dan UKM menunjukkan bahwa lebih dari 70% UMKM di Indonesia belum terhubung ke platform digital. Keterbatasan infrastruktur teknologi di daerah terpencil juga menjadi kendala, terutama di wilayah seperti Sumatera Utara, di mana banyak UMKM bergantung pada metode tradisional.

Selain itu, transformasi digital sering kali menuntut investasi awal yang besar, seperti pembelian perangkat lunak manajemen bisnis atau pelatihan teknis. Bagi banyak UMKM, biaya ini sulit untuk dijangkau tanpa dukungan eksternal. Kritik dari Profesor Clayton Christensen, penulis *The Innovator's Dilemma*, mengingatkan bahwa adopsi teknologi tanpa pemahaman mendalam tentang kebutuhan pasar dapat menyebabkan kegagalan transformasi.

Beberapa pihak berpendapat bahwa digitalisasi UMKM dapat menciptakan kesenjangan baru. Ketergantungan pada platform e-commerce dan media sosial menimbulkan risiko jika terjadi perubahan kebijakan platform atau gangguan teknis. Misalnya, biaya komisi yang meningkat di marketplace dapat membebani pelaku usaha kecil. Menurut laporan Harvard Business Review, UMKM harus berhati-hati agar tidak terlalu bergantung pada pihak ketiga yang memiliki kontrol penuh terhadap data pelanggan dan operasional bisnis mereka.

Selain itu, transformasi digital juga memunculkan tantangan dalam hal keamanan data. Pelaku UMKM sering kali kurang memahami pentingnya proteksi data, sehingga rentan terhadap serangan siber (Karim et al., 2022). Hal ini diperburuk oleh minimnya regulasi yang melindungi UMKM dari ancaman dunia maya. Sementara itu, studi dari World Economic Forum menunjukkan bahwa sekitar 43% serangan siber menargetkan usaha kecil, yang sering kali tidak memiliki sumber daya untuk bertahan.

Meski ada tantangan, dampak positif transformasi digital terhadap UMKM tidak dapat diabaikan. Dengan memanfaatkan alat analitik, pelaku usaha dapat mengumpulkan data pelanggan untuk memahami perilaku konsumen dan meningkatkan personalisasi layanan. Pendekatan berbasis data ini memberikan keunggulan kompetitif yang signifikan. Contoh sukses seperti Warung Pintar, yang mengintegrasikan teknologi digital ke dalam operasional warung tradisional, membuktikan bahwa transformasi digital dapat meningkatkan efisiensi dan pendapatan secara substansial.

Selain itu, digitalisasi memungkinkan inovasi produk dan layanan. UMKM dapat menggunakan teknologi untuk menciptakan produk baru yang lebih sesuai dengan kebutuhan pasar. Model bisnis seperti *freemium* atau *subscription-based* kini menjadi alternatif yang menarik bagi UMKM yang ingin memperluas pasar tanpa meningkatkan biaya operasional.

Keberhasilan digitalisasi UMKM sangat bergantung pada kolaborasi antara pelaku usaha, pemerintah, dan sektor swasta. Pemerintah memiliki peran penting dalam menyediakan infrastruktur teknologi, seperti internet cepat dan program pelatihan literasi digital. Sementara itu, perusahaan teknologi dapat mendukung UMKM dengan menyediakan platform yang mudah diakses dan pelatihan gratis.

Bisnis Centre MTU menjadi contoh nyata bagaimana lembaga pendidikan dapat memainkan peran strategis dalam mendorong digitalisasi (Riady, 2020). Melalui pelatihan dan pendampingan, mereka membantu wirausaha muda menjembatani kesenjangan antara praktik tradisional dan kebutuhan pasar modern. Namun, upaya ini perlu diperluas dengan melibatkan lebih banyak pihak untuk mencapai dampak yang lebih luas.

Pendekatan bertahap menjadi strategi yang efektif untuk mengatasi tantangan transformasi digital. UMKM dapat memulai dengan langkah sederhana, seperti membangun kehadiran di media sosial atau menggunakan perangkat lunak manajemen dasar. Evaluasi berkala membantu memastikan strategi yang diterapkan tetap relevan dengan kebutuhan pasar.

Dalam jangka panjang, digitalisasi UMKM bukan hanya tentang adopsi teknologi, tetapi juga tentang perubahan pola pikir. Pelaku usaha harus melihat teknologi sebagai alat untuk menciptakan nilai tambah, bukan sekadar beban biaya. Dengan dukungan yang tepat, transformasi digital dapat menjadi katalisator bagi pertumbuhan ekonomi lokal dan nasional.

Simpulan

Kegiatan pengabdian masyarakat yang dilaksanakan oleh Bisnis Centre Universitas Mahkota Tricom Unggul berhasil mencapai tujuan utama, yaitu meningkatkan literasi digital dan keterampilan manajerial wirausaha muda dalam menghadapi tantangan era digital. Program ini memfasilitasi pelaku usaha untuk memahami strategi digital melalui pelatihan e-commerce, pemasaran digital, dan pengelolaan data berbasis teknologi. Para peserta kini memiliki kapasitas lebih baik untuk menjembatani kesenjangan antara metode bisnis tradisional dan kebutuhan pasar modern.

Implikasi dari kegiatan ini sangat signifikan, terutama dalam mendorong transformasi digital UMKM di sektor agribisnis Sumatera Utara. Adopsi teknologi digital memungkinkan peningkatan efisiensi operasional, perluasan pasar, dan inovasi produk. Selain itu, kolaborasi antara komunitas bisnis, lembaga pendidikan, dan sektor swasta menciptakan ekosistem yang mendukung pertumbuhan berkelanjutan. Program ini juga membuka jalan bagi pelaku usaha untuk memanfaatkan platform fintech dan alat analitik untuk pengambilan keputusan yang lebih tepat.

Namun, kegiatan ini tidak terlepas dari limitasi. Keterbatasan infrastruktur teknologi di daerah terpencil menghambat adopsi digitalisasi secara menyeluruh. Selain itu, rendahnya literasi digital di kalangan petani tradisional masih menjadi kendala, sehingga diperlukan upaya berkelanjutan untuk memberikan pendampingan. Ketergantungan pada platform pihak ketiga juga menjadi tantangan strategis yang memerlukan diversifikasi kanal pemasaran agar UMKM tidak rentan terhadap perubahan kebijakan platform.

Referensi

- Indahsari, S., Agustin, A., & Helmanto, F. (2023). Pendampingan Legalitas Usaha Perorangan Melalui Sistem Online Single Submission pada UMKM Pelampung Pancing. *GENDIS: Jurnal Pengabdian Masyarakat*, 1(2), 39–41. <https://doi.org/10.56724/gendis.v1i2.133>
- Karim, M. F., Riady, Y., Arisanty, M., Habibi, A., & Wahyu, M. (2022). TRANSFORMASI DIGITAL MELALUI LITERASI KOMPUTER DAN AKSES INTERNET UNTUK MASYARAKAT JAWA BARAT. *Jurnal Abdimas Indonesia*, 2(3), 330–337. <https://doi.org/10.53769/jai.v2i3.295>
- Perananda, M. Y., Miliani, M., & Riady, Y. (2024). The Digital Transformation in

Circulation Service Librarian Performance at the Regional Library and Archives Service of Jambi Province. *LADU: Journal of Languages and Education*, 4(6), 151–157. <https://doi.org/10.56724/ladu.v4i6.297>

Riady, Y. (2020). Emerging Perspectives and Trends in Innovative Technology for Quality Education 4.0 - Are digital books in android applications and web-based virtual books effective for distance learning? A lesson from Universitas Terbuka Indonesia. In *Emerging Perspectives and Trends in Innovative Technology for Quality Education 4.0* (pp. 223–225). Routledge. <https://doi.org/10.1201/9780429289989-65>

Riady, Y. (2021). Pemanfaatan Blog Sebagai Media Berbagi Informasi dan Komunikasi : Sebuah Kajian Tulisan Blog Pada Mahasiswa Universitas Terbuka. *J-IKA*, 8(2), 145–151. <https://doi.org/10.31294/kom.v8i2.11428>

Riana, D., Hidayat, A., Mazia, L., Helmanto, F., & Nurajijah, N. (2022). Developing Entrepreneurial Ecosystems in Academia - Sociopreneurship: Program of Literation Technology and Academic Assistance to MSMEs in Increasing the Sales Market in Industry Era 5.0. In *Developing Entrepreneurial Ecosystems in Academia* (pp. 246–265). IGI Global. <https://doi.org/10.4018/978-1-7998-8505-4.ch013>

Supriyanto, A., Basukianto, B., & Rozaq, J. A. (2017). Classification of SME and Potential Areas Based on Map as Economic Development Strategy (Klasterisasi UMKM dan Potensi Wilayah Berbasis Peta Sebagai Strategi Pengembangan Ekonomi Daerah). *Journal Pekommas*, 2(2), 143. <https://doi.org/10.30818/jpkm.2017.2020204>