

Penguatan UMKM dan Ekonomi Desa Melalui Literasi Digital Di Desa Ulak Kerbau Lama, Kecamatan Tanjung Raja, Kabupaten Ogan Ilir

Muhammad Ihsan¹ Azzahro² Yuyun³ Dian Pertiwi⁴ Mutiara Nur Jannah⁵ Dita Dwijayanti⁶ Muhammad Maghfur Agung⁷ Dhia Syakirah⁸ Randika Wahyu Walenta⁹ M. Indra Saputra¹⁰ Dewi Khotimatus Sururiyah¹¹ M. Rajih Luthfillah¹² Delfen Hero¹³ M. Rifki Perdana¹⁴ Arisa Aulia¹⁵ Abdul Aziz Putra Setiawan¹⁶ M. Figo Oktaviansyah¹⁷

¹⁻¹⁷Universitas Islam Negeri Raden Fatah Palembang
Coressponding email: mhdihsan140904@gmail.com¹

ARTICLE INFO

Keywords:

MSMEs
Digital Technology
Rural Economy
Ulak Kerbau Lama
Economic Empowerment

Keywords:

UMKM
Teknologi Digital
Ekonomi Pedesaan
Ulak Kerbau Lama
Pemberdayaan Ekonomi

ABSTRACT

This study explores the strengthening of Micro, Small, and Medium Enterprises (MSMEs) and the village economy in Ulak Kerbau Lama, Ogan Ilir, through digital technology. Using a descriptive qualitative approach with interviews, observations, and documentation, the research shows that digital platforms such as social media and e-commerce expand market access, improve management, and enhance product competitiveness. Digital literacy training further empowers residents to adapt and seize economic opportunities. The study concludes that digital technology is a strategic driver of sustainable rural economic development.

ABSTRAK

Studi ini mengeksplorasi penguatan Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah (UMKM) dan ekonomi desa di Ulak Kerbau Lama, Ogan Ilir, melalui teknologi digital. Menggunakan pendekatan kualitatif deskriptif dengan wawancara, observasi, dan dokumentasi, penelitian ini menunjukkan bahwa platform digital seperti media sosial dan e-commerce memperluas akses pasar, memperbaiki manajemen, dan meningkatkan daya saing produk. Pelatihan literasi digital semakin memberdayakan warga untuk beradaptasi dan memanfaatkan peluang ekonomi. Studi ini menyimpulkan bahwa teknologi digital merupakan pendorong strategis pembangunan ekonomi pedesaan yang berkelanjutan.

Pendahuluan

Perkembangan teknologi digital pada dekade terakhir telah menciptakan perubahan mendasar dalam berbagai aspek kehidupan manusia, termasuk pada sektor perekonomian. Digitalisasi telah mengubah cara masyarakat berkomunikasi, mengakses informasi, dan melakukan transaksi ekonomi. Di era globalisasi yang semakin kompetitif, keberadaan teknologi digital menjadi salah satu kunci utama dalam mendorong pertumbuhan ekonomi, baik di tingkat perkotaan maupun pedesaan. Salah satu sektor yang paling terdampak adalah Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah (UMKM), yang selama ini menjadi tulang punggung perekonomian nasional. UMKM memiliki kontribusi signifikan terhadap penyerapan tenaga kerja, peningkatan pendapatan masyarakat, dan pemerataan pembangunan. Namun, tanpa

dukungan teknologi, UMKM akan sulit berkembang dan bersaing di pasar yang semakin terbuka.

Desa Ulak Kerbau Lama, yang terletak di Kecamatan Tanjung Raja, Kabupaten Ogan Ilir, Provinsi Sumatera Selatan, merupakan salah satu desa dengan potensi ekonomi yang cukup besar. Potensi tersebut meliputi berbagai bidang, seperti pertanian, perikanan, kerajinan tangan, serta produk kuliner khas daerah. Banyak warga desa yang menjalankan usaha skala kecil, baik secara individu maupun kelompok, yang pada dasarnya termasuk kategori UMKM. Namun, meskipun memiliki produk yang unik dan berkualitas, sebagian besar pelaku UMKM di desa ini masih menghadapi berbagai hambatan dalam pengembangan usaha, seperti keterbatasan akses pemasaran, minimnya inovasi produk, keterbatasan modal, serta rendahnya kemampuan dalam memanfaatkan teknologi digital untuk mengelola dan mempromosikan usaha mereka.

Di tengah perkembangan teknologi yang pesat, pemanfaatan platform digital seperti media sosial (Facebook, Instagram, TikTok), marketplace (Shopee, Tokopedia, Bukalapak), dan layanan pembayaran digital (QRIS, e-wallet) telah terbukti mampu memperluas jangkauan pasar UMKM. Teknologi tidak hanya membantu pelaku usaha memasarkan produk ke luar daerah bahkan hingga ke pasar nasional dan internasional, tetapi juga meningkatkan efisiensi manajemen usaha melalui sistem pencatatan digital, komunikasi yang lebih cepat, dan distribusi yang lebih teratur. Namun, agar manfaat tersebut dapat dirasakan secara optimal, diperlukan peningkatan literasi digital masyarakat, khususnya bagi para pelaku UMKM yang sebelumnya belum terbiasa dengan penggunaan teknologi dalam kegiatan bisnis mereka.

Kondisi di Desa Ulak Kerbau Lama menunjukkan adanya kesenjangan digital (*digital divide*) yang harus diatasi. Beberapa pelaku UMKM sudah mulai memanfaatkan media sosial untuk memasarkan produk, tetapi belum banyak yang memanfaatkan e-commerce secara optimal. Sebagian besar masih mengandalkan penjualan secara offline atau dari mulut ke mulut, sehingga jangkauan pasarnya terbatas. Selain itu, terdapat tantangan dalam hal kepercayaan masyarakat terhadap transaksi online, keterbatasan jaringan internet di beberapa wilayah, dan kurangnya pelatihan yang berkelanjutan terkait pemasaran digital, branding produk, dan strategi bisnis berbasis teknologi.

Penguatan UMKM dan ekonomi desa melalui teknologi digital bukan hanya bertujuan untuk meningkatkan pendapatan masyarakat, tetapi juga menjadi bagian dari strategi pembangunan ekonomi berkelanjutan di tingkat desa. Peningkatan kapasitas digital masyarakat dapat menciptakan ekosistem ekonomi yang adaptif terhadap perubahan zaman, meningkatkan daya saing produk lokal, dan pada akhirnya mengurangi ketergantungan terhadap pihak luar. Dalam konteks pembangunan desa, pemanfaatan teknologi digital juga sejalan dengan program pemerintah terkait *Desa Digital*, yang mendorong integrasi teknologi dalam kegiatan ekonomi, pemerintahan desa, dan pelayanan publik.

Berdasarkan latar belakang tersebut, penelitian ini difokuskan untuk mengidentifikasi sejauh mana peran teknologi digital dalam memperkuat UMKM di Desa Ulak Kerbau Lama, menganalisis tantangan yang dihadapi oleh pelaku usaha dalam proses digitalisasi, serta merumuskan strategi yang efektif untuk mengoptimalkan pemanfaatan teknologi digital sebagai penggerak pertumbuhan ekonomi desa. Penelitian ini diharapkan dapat memberikan kontribusi praktis bagi pemerintah desa, pelaku UMKM, dan pihak terkait lainnya dalam upaya membangun ekonomi lokal yang mandiri, inovatif, dan berdaya saing tinggi.

Metode

Penelitian ini menggunakan pendekatan deskriptif kualitatif yang bertujuan untuk menggambarkan secara mendalam fenomena penguatan UMKM dan ekonomi desa melalui pemanfaatan teknologi digital. Pendekatan ini dipilih karena mampu memberikan pemahaman kontekstual mengenai kondisi lapangan, tantangan yang dihadapi, serta potensi yang dimiliki oleh pelaku UMKM di Desa Ulak Kerbau Lama. Penelitian dilaksanakan di Desa Ulak Kerbau Lama, Kecamatan Tanjung Raja, Kabupaten Ogan Ilir, Provinsi Sumatera Selatan, dengan rentang waktu selama tiga bulan, yakni Januari hingga Maret 2025. Lokasi tersebut dipilih karena memiliki potensi ekonomi yang besar di sektor UMKM, namun masih menghadapi hambatan dalam penerapan teknologi digital.

Subjek penelitian ini meliputi pelaku UMKM, aparat pemerintah desa, serta masyarakat yang terlibat dalam aktivitas ekonomi desa, sedangkan objek penelitian difokuskan pada pemanfaatan teknologi digital dalam penguatan usaha dan pengembangan ekonomi desa. Data penelitian dikumpulkan melalui wawancara mendalam dengan pelaku UMKM, perangkat desa, dan pihak terkait untuk memperoleh informasi mengenai pengalaman, tantangan, serta strategi yang diterapkan dalam pemanfaatan teknologi digital. Selain itu, dilakukan pula observasi lapangan dengan mengamati langsung aktivitas usaha, praktik pemasaran, serta penerapan teknologi digital oleh UMKM. Studi dokumentasi turut melengkapi data penelitian melalui pengumpulan dokumen desa, laporan kegiatan UMKM, data statistik, serta materi promosi digital yang digunakan oleh pelaku usaha.

Instrumen penelitian yang digunakan meliputi pedoman wawancara, lembar observasi, perangkat pencatat audio untuk merekam hasil wawancara, serta kamera sebagai alat dokumentasi visual. Data yang diperoleh dianalisis dengan menggunakan model Miles dan Huberman yang mencakup tiga tahapan, yaitu reduksi data, penyajian data, dan penarikan kesimpulan. Reduksi data dilakukan untuk memilah dan memfokuskan informasi yang relevan, penyajian data dilakukan dalam bentuk narasi, tabel, maupun gambar agar lebih mudah dipahami, sedangkan penarikan kesimpulan dilakukan untuk menginterpretasikan data sehingga dapat menjawab pertanyaan penelitian serta menghasilkan rekomendasi. Untuk memastikan keabsahan data, penelitian ini menggunakan teknik triangulasi sumber dengan membandingkan informasi dari berbagai narasumber, serta triangulasi teknik melalui perbandingan hasil wawancara, observasi, dan dokumentasi.

Hasil dan Pembahasan

1. Profil UMKM di Desa Ulak Kerbau Lama

Hasil penelitian menunjukkan bahwa UMKM di Desa Ulak Kerbau Lama memiliki keragaman sektor usaha, mulai dari kuliner (makanan ringan, kue tradisional, pabrik kerupuk, serta olahan hasil pertanian), kerajinan tangan (penjahit pakaian dan kain songket), hingga usaha jasa seperti percetakan kecil dan warung internet. Sebagian besar usaha dikelola secara individu atau keluarga dengan jumlah tenaga kerja terbatas, rata-rata dua hingga lima orang. Produk yang dihasilkan masih dipasarkan secara lokal di desa maupun kecamatan sekitarnya.

Dari sisi manajemen, UMKM di desa ini masih menghadapi kendala dalam pencatatan keuangan, pengelolaan stok, dan inovasi produk. Selain itu, mayoritas pelaku usaha belum memiliki izin usaha resmi maupun sertifikasi produk, sehingga akses terhadap program bantuan pemerintah menjadi terbatas. Kondisi ini menunjukkan bahwa meskipun UMKM memiliki potensi ekonomi, pengembangannya masih memerlukan dukungan dari sisi manajerial dan legalitas usaha.



Kunjungan ke Pabrik Kerupuk



Kunjungan ke penjahit rumahan



Kunjungan ke toko sembako dan jajanan tradisional

2. Tingkat Pemanfaatan Teknologi Digital

Penelitian mengungkapkan bahwa tingkat pemanfaatan teknologi digital di kalangan pelaku UMKM masih bervariasi. Beberapa pelaku usaha yang berusia muda lebih aktif memanfaatkan media sosial seperti Facebook, Instagram, dan TikTok untuk mempromosikan produk. Sebaliknya, pelaku UMKM berusia lanjut cenderung kurang memanfaatkan teknologi karena keterbatasan pengetahuan dan kepercayaan terhadap transaksi online.

Marketplace seperti Shopee dan Tokopedia hanya digunakan oleh sebagian kecil pelaku usaha. Faktor yang mempengaruhi rendahnya adopsi e-commerce antara lain keterbatasan keterampilan digital, kurangnya pemahaman tentang strategi pemasaran online, serta masalah logistik dan ongkos kirim yang dianggap mahal bagi konsumen di luar daerah.

3. Program Pelatihan dan Pendampingan

Hasil wawancara dengan aparat desa dan pelaku UMKM menunjukkan bahwa sudah ada beberapa program pelatihan literasi digital yang diadakan oleh pemerintah desa bekerja sama dengan perguruan tinggi dan komunitas digital. Materi pelatihan meliputi:

- a. Pembuatan akun media sosial bisnis
- b. Fotografi produk menggunakan ponsel
- c. Penulisan konten promosi yang menarik
- d. Pengenalan marketplace dan metode pembayaran digital

Namun, program ini masih bersifat insidental dan belum berkelanjutan. Beberapa pelaku UMKM mengaku lupa atau kesulitan mengaplikasikan materi yang telah diberikan karena kurangnya pendampingan pascapelatihan.

4. Dampak Penggunaan Teknologi Digital terhadap UMKM

Penerapan teknologi digital terbukti memberikan dampak positif bagi UMKM yang menggunakannya secara konsisten. Beberapa pelaku usaha melaporkan peningkatan penjualan hingga 30–50% setelah aktif memasarkan produk di media sosial dan memanfaatkan sistem pembayaran digital. Selain itu, penggunaan teknologi juga membuka peluang kerjasama dengan reseller dari luar daerah, memperluas jaringan pelanggan, dan meningkatkan brand awareness produk lokal. Namun, tantangan yang masih dihadapi antara lain:

- a. Kualitas foto produk yang kurang menarik
- b. Minimnya strategi pemasaran yang berkelanjutan
- c. Ketergantungan pada promosi musiman (misalnya saat menjelang hari raya)
- d. Kesulitan dalam memenuhi permintaan besar karena keterbatasan kapasitas produksi

5. Strategi Penguatan UMKM dan Ekonomi Desa

Berdasarkan hasil penelitian, terdapat beberapa strategi yang dapat diimplementasikan untuk memperkuat UMKM dan ekonomi desa melalui teknologi digital, antara lain:

- a. Pengembangan Pusat Layanan Digital Desa (Digital Center): Sebagai tempat pelatihan, konsultasi bisnis, dan akses internet untuk pelaku UMKM.
- b. Pendampingan Berkelanjutan: Melibatkan pendamping desa, mahasiswa, atau komunitas digital untuk membantu pelaku UMKM menerapkan strategi pemasaran online secara konsisten.
- c. Branding Produk Desa: Membuat identitas visual dan label bersama yang mewakili produk-produk unggulan desa.
- d. Optimalisasi Marketplace: Mendorong pelaku UMKM untuk masuk ke platform e-commerce nasional dengan dukungan logistik dan manajemen toko online.
- e. Kolaborasi dengan Influencer Lokal: Menggunakan media sosial untuk promosi produk desa agar lebih dikenal secara luas.

Temuan ini sejalan dengan penelitian sebelumnya yang menunjukkan bahwa adopsi teknologi digital berperan signifikan dalam memperluas pasar dan meningkatkan efisiensi usaha di sektor UMKM. Digitalisasi menjadi solusi strategis untuk mengatasi keterbatasan geografis dan memperkuat daya saing produk lokal. Namun, keberhasilan pemanfaatan teknologi tidak hanya bergantung pada infrastruktur dan akses internet, tetapi juga pada tingkat literasi digital dan kemauan pelaku usaha untuk beradaptasi dengan perubahan.

Kasus di Desa Ulak Kerbau Lama menunjukkan bahwa intervensi teknologi harus diiringi dengan strategi pendampingan jangka panjang, pelatihan yang berulang, dan dukungan ekosistem digital yang memadai. Dengan demikian, penguatan UMKM melalui teknologi digital dapat berkontribusi nyata terhadap peningkatan pendapatan masyarakat dan pembangunan ekonomi desa secara berkelanjutan.

PENUTUP

Penelitian ini menunjukkan bahwa pemanfaatan teknologi digital memiliki peran yang signifikan dalam penguatan UMKM dan peningkatan ekonomi desa di Desa Ulak Kerbau Lama. Potensi UMKM di desa ini cukup besar, meliputi sektor kuliner, kerajinan, dan jasa, namun masih menghadapi berbagai kendala seperti keterbatasan akses pasar, rendahnya literasi digital, dan minimnya inovasi produk.

Penerapan teknologi digital, khususnya media sosial, marketplace, dan sistem pembayaran non-tunai, terbukti mampu memperluas jangkauan pemasaran, meningkatkan penjualan, dan memperkuat identitas merek produk lokal. Meski demikian, tingkat adopsi teknologi masih bervariasi antar pelaku UMKM, dipengaruhi oleh faktor usia, keterampilan, dan kepercayaan terhadap transaksi daring.

Program pelatihan literasi digital yang telah dilakukan memberikan dampak positif, namun keberlanjutan dan pendampingan pascapelatihan menjadi kunci keberhasilan. Untuk mendukung penguatan UMKM dan ekonomi desa secara

berkelanjutan, diperlukan strategi terpadu yang mencakup pengembangan pusat layanan digital desa, branding produk bersama, optimalisasi pemasaran online, dan kolaborasi dengan pihak eksternal.

Dengan dukungan teknologi digital yang tepat dan ekosistem yang mendukung, UMKM di Desa Ulak Kerbau Lama berpotensi menjadi motor penggerak ekonomi desa yang mandiri, berdaya saing, dan adaptif terhadap perkembangan zaman.

UCAPAN TERIMA KASIH

Penulis menyampaikan penghargaan dan terima kasih yang sebesar-besarnya kepada Pemerintah Desa Ulak Kerbau Lama yang telah memberikan dukungan, izin, dan bantuan selama proses penelitian ini berlangsung. Ucapan terima kasih juga disampaikan kepada Lembaga Penelitian dan Pengabdian kepada Masyarakat (LP2M) yang telah memfasilitasi pelaksanaan kegiatan, serta kepada Universitas Islam Negeri (UIN) yang telah memberikan dukungan akademik, moral, dan sarana dalam menyelesaikan penelitian ini.

Tanpa dukungan dan kerjasama dari berbagai pihak tersebut, penelitian ini tidak akan terlaksana dengan baik. Semoga hasil penelitian ini dapat memberikan manfaat bagi pengembangan UMKM dan perekonomian Desa Ulak Kerbau Lama, serta menjadi kontribusi nyata bagi kemajuan masyarakat.

REFERENSI

- Agung, A., Mubarrok, D. H., Timorani, J. N., Fitriani, S., Komara, B., & Puteri, F. R. (2022). Penguatan Potensi Usaha Mikro, Kecil dan Menengah (UMKM) Berbasis Bisnis Digital di Desa Mekarharja Ciamis. *Khidmat*, 2(2), 143-154.
- Aisha, I., Istighfan, Y., Karimatussya'fi, I., Kurniawan, A., Kholil, M., & Wihartati, W. (2024). Penguatan Ekonomi Lokal Desa Sendangdawung Melalui Workshop dan Pendampingan UMKM. *Kesejahteraan Bersama: Jurnal Pengabdian dan Keberlanjutan Masyarakat*, 1(4), 30-37.
- Fisabilillah, L. W. P., Aji, T. S., & Prabowo, P. S. (2021). Literasi Keuangan Digital Sebagai Upaya Pembekalan UMKM Kampung Binaan Go Digital. *DINAMIS: Jurnal Pengabdian Kepada Masyarakat*, 1(2), 62-69.
- Ismail, K., Rohmah, M., & Putri, D. A. P. (2023). Peranan UMKM dalam Penguatan Ekonomi Indonesia. *Jurnal Neraca: Jurnal Pendidikan Dan Ilmu Ekonomi Akuntansi*, 7(2), 208-217.
- Mandasari, L., Adhitya, B. B., & Pratiwi, F. S. (2025). Pendampingan Administrasi Sederhana dan Legalitas Usaha Bagi Usaha Mikro di Desa Ulak Kerbau Lama Kecamatan Tanjung Raja Kabupaten Ogan Ilir. *Jurnal Abdimas Mandiri*, 9(1), 150-157.
- Purwaamijaya, B. M., Nugraha, M. R., Maesaroh, S. S., Ar-Ridlo, M. D., & Prehanto, A. (2025). Penguatan UMKM Desa Binaan Berbasis SDGs Digital di Santanamekar. *Jurnal Pengabdian Nasional (JPN) Indonesia*, 6(2), 345-354.
- Regif, S. Y., Seran, M. S., Naif, I. Y., Pattipeilohy, A., & Saputri, L. (2023). Literasi digital ekonomi hijau terhadap pemberdayaan UMKM desa di Kabupaten Langkat. *Jurnal Ilmu Politik dan Pemerintahan*, 9(1).
- Sidanti, H., Juliyanti, W., & Purwanto, H. (2024). Membangun Ekonomi Desa Melalui Penguatan Digital Marketing bagi Pelaku UMKM Desa Tempuran, Kecamatan Paron, Kabupaten Ngawi. *Jurnal Pengabdian Masyarakat Bangsa*, 2(1), 42-47.