

Pengembangan UMKM Melalui Pembuatan Modul Digitalisasi dan Inovasi Produk untuk Meningkatkan Daya Saing di Desa Mekar Mukti, Kecamatan Muara Telang Kabupaten Banyuasin

Fernandho, Pebrian Sudiby, Muhammad Andika Pratama, Rike Dayanti, Anisah Oktaviani Putri, Yulanda Tri Rezeki, Septi Ayundi, Sindi Prassetia, Pamuji
Universitas Islam Negeri Raden Fatah Palembang
Corresponding email: fernandho747@gmail.com

ARTICLE INFO

Keywords

MSMEs, digitalization, product innovation, competitiveness

Kata kunci

UMKM, digitalisasi, inovasi produk, daya saing

ABSTRACT

Micro, Small, and Medium Enterprises (MSMEs) play a crucial role in economic growth, but limited access to technology and a lack of product innovation hinder competitiveness. This study aims to develop a digitalization and product innovation module for MSMEs in Mekar Mukti Village, Muara Telang District, Banyuasin Regency. The implementation method was carried out collaboratively through activities by lecturers (counseling, workshops, mentoring) and students (KKN, PKL) with 25 MSME partners in the agriculture, fisheries, and crafts sectors. The stages included preparation, implementation, and monitoring and evaluation using observation, interviews, and questionnaires. The results showed an increase in technical skills (hard skills) by 55% and non-technical skills (soft skills) by 40%. Post-activity evaluation showed that 75% of MSMEs began utilizing digital media and 60% carried out product innovation. This study concluded that the digitalization module is effective in increasing MSME competitiveness, with recommendations for wider application in other sectors and further research.

ABSTRAK

Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah (UMKM) berperan penting dalam pertumbuhan ekonomi, namun keterbatasan akses teknologi dan minimnya inovasi produk menghambat daya saing. Penelitian ini bertujuan mengembangkan modul digitalisasi dan inovasi produk bagi UMKM di Desa Mekar Mukti, Kecamatan Muara Telang, Kabupaten Banyuasin. Metode pelaksanaan dilakukan secara kolaboratif melalui kegiatan dosen (penyuluhan, workshop, mentoring) dan mahasiswa (KKN, PKL) dengan mitra 25 pelaku UMKM di sektor pertanian, perikanan, dan kerajinan. Tahapan meliputi persiapan, implementasi, serta monitoring dan evaluasi menggunakan observasi, wawancara, dan kuesioner. Hasil menunjukkan peningkatan keterampilan teknis (hard skills) sebesar 55% dan keterampilan non-teknis (soft skills) sebesar 40%. Evaluasi pasca kegiatan memperlihatkan 75% UMKM mulai memanfaatkan media digital dan 60% melakukan inovasi produk. Penelitian ini menyimpulkan bahwa modul digitalisasi efektif meningkatkan daya saing UMKM, dengan rekomendasi penerapan lebih luas pada sektor lain dan penelitian lanjutan.

Pendahuluan

Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah (UMKM) memiliki peran strategis dalam mendukung pertumbuhan ekonomi nasional, terutama di wilayah pedesaan. UMKM tidak hanya berkontribusi terhadap penciptaan lapangan kerja, tetapi juga menjadi motor penggerak ekonomi lokal yang mampu meningkatkan kesejahteraan masyarakat (Tambunan, 2019). Namun, dalam era globalisasi dan disrupsi teknologi, UMKM menghadapi tantangan besar untuk tetap relevan dan kompetitif. Salah satu strategi yang dapat ditempuh adalah melalui digitalisasi proses bisnis dan inovasi produk (OECD, 2017; World Bank, 2020).

Digitalisasi memungkinkan UMKM untuk memperluas akses pasar, meningkatkan efisiensi operasional, serta memperkuat daya saing melalui pemanfaatan teknologi informasi (Rahayu & Day, 2017). Modul digitalisasi yang terstruktur dapat menjadi sarana pembelajaran praktis bagi pelaku UMKM dalam mengadopsi teknologi, mulai dari pemasaran digital, manajemen keuangan berbasis aplikasi, hingga pemanfaatan e-commerce (Rahmana, 2018; Kusnandar & Suryana, 2020). Sementara itu, inovasi produk menjadi kunci dalam menghadapi persaingan yang semakin ketat. Produk yang inovatif tidak hanya meningkatkan nilai tambah, tetapi juga memperkuat identitas lokal yang dapat menarik konsumen di pasar domestik maupun global (Bresciani & Eppler, 2017; Giones & Brem, 2017).

Desa Mekar Mukti, Kecamatan Muara Telang, Kabupaten Banyuasin, merupakan salah satu wilayah dengan potensi UMKM yang cukup besar, terutama di sektor pertanian, perikanan, dan kerajinan lokal. Namun, keterbatasan akses terhadap teknologi dan minimnya inovasi produk menjadi hambatan utama dalam meningkatkan daya saing. Oleh karena itu, penelitian ini berfokus pada pengembangan modul digitalisasi dan inovasi produk sebagai strategi peningkatan daya saing UMKM di Desa Mekar Mukti (Arifin, Winarno, & Badrudin, 2025; Azhari, Tanjung, Sagala, Manurung, & Hayati, 2025).

Berbagai studi menunjukkan bahwa penerapan digitalisasi pada UMKM dapat meningkatkan produktivitas dan memperluas jaringan pemasaran. Arifin et al. (2025) menegaskan bahwa inovasi teknologi berperan penting dalam memperkuat ketahanan ekonomi nasional melalui peningkatan produktivitas UMKM. Selain itu, Azhari et al. (2025) menekankan pentingnya strategi diferensiasi produk berbasis digital untuk menghadapi persaingan global. Airawaty (2025) juga menambahkan bahwa transformasi digital merupakan langkah strategis yang tidak dapat dihindari bagi UMKM dalam menghadapi era disrupsi teknologi.

Digitalisasi tidak hanya terkait dengan penggunaan teknologi, tetapi juga dengan kemampuan UMKM untuk mengembangkan kapabilitas dinamis (Teece, 2007). Kapabilitas ini mencakup kemampuan beradaptasi, berinovasi, dan memanfaatkan peluang pasar baru. Dalam konteks UMKM, digitalisasi dapat memperkuat kapasitas absorptif, yaitu kemampuan menyerap pengetahuan eksternal dan mengintegrasikannya ke dalam proses bisnis (Zahra & George, 2002). Dengan demikian, digitalisasi dan inovasi produk menjadi dua pilar utama dalam membangun keunggulan kompetitif UMKM (Porter, 1990; Barney, 1991).

Selain itu, penelitian terdahulu menunjukkan bahwa adopsi teknologi digital oleh UMKM di Indonesia masih menghadapi berbagai kendala, seperti keterbatasan sumber daya manusia, rendahnya literasi digital, dan keterbatasan akses terhadap infrastruktur teknologi (Susanto & Meiryani, 2019; Li, Su, Zhang, & Mao, 2018). Oleh karena itu, modul digitalisasi yang dikembangkan dalam penelitian ini diharapkan dapat menjadi solusi praktis untuk mengatasi kendala tersebut. Modul ini tidak hanya berfungsi sebagai panduan teknis, tetapi juga sebagai instrumen pemberdayaan masyarakat agar mampu beradaptasi dengan perubahan lingkungan bisnis (Maritz & Donovan, 2015).

Lebih jauh, penelitian ini juga berupaya menjawab kebutuhan akademik dan praktis terkait pengembangan UMKM di daerah pedesaan. Secara akademik, penelitian ini memperkaya literatur mengenai hubungan antara digitalisasi, inovasi produk, dan daya saing UMKM (Prasetyo & Kistanti, 2020). Secara praktis, penelitian ini memberikan solusi konkret bagi pelaku UMKM di Desa Mekar Mukti untuk meningkatkan kapasitas dan daya saing mereka. Dengan demikian, penelitian ini diharapkan dapat memberikan kontribusi nyata dalam bentuk modul digitalisasi yang aplikatif dan inovasi produk yang sesuai dengan potensi lokal (Airawaty, 2025).

Metode

Metode pelaksanaan penelitian ini menggunakan pendekatan partisipatif kolaboratif antara dosen, mahasiswa, dan mitra UMKM di Desa Mekar Mukti, Kecamatan Muara Telang, Kabupaten Banyuasin. Kegiatan dosen meliputi penyuluhan, pelatihan, sosialisasi, workshop, mentoring, serta pendampingan intensif. Dosen berperan sebagai fasilitator dan narasumber dalam memberikan materi terkait digitalisasi dan inovasi produk (Susanto & Meiryani, 2019). Sementara itu, mahasiswa dilibatkan melalui program Kuliah Kerja Nyata (KKN), KKN-Dik, dan Praktik Kerja Lapangan (PKL), sehingga mereka dapat berinteraksi langsung dengan pelaku UMKM dan membantu implementasi modul digitalisasi (Rahayu & Day, 2017).

Mitra penelitian adalah kelompok UMKM Desa Mekar Mukti yang bergerak di bidang pertanian, perikanan, dan kerajinan lokal. Jumlah mitra yang terlibat sebanyak 25 pelaku usaha, terdiri dari 15 UMKM sektor pertanian, 5 UMKM sektor perikanan, dan 5 UMKM sektor kerajinan. Profil mitra menunjukkan bahwa sebagian besar pelaku usaha memiliki keterbatasan akses teknologi dan literasi digital, sehingga membutuhkan pendampingan intensif (Tambunan, 2019).

Tahapan pelaksanaan kegiatan terdiri dari tiga langkah utama. Pertama, pra-kegiatan berupa identifikasi kebutuhan mitra melalui wawancara dan observasi lapangan. Tahap ini bertujuan untuk memetakan kondisi UMKM, potensi produk, serta kendala yang dihadapi (Bresciani & Eppler, 2017). Kedua, kegiatan inti berupa pelatihan dan workshop dengan tema "Digitalisasi UMKM dan Inovasi Produk Lokal". Kegiatan ini dilaksanakan dalam bentuk kelas tatap muka dan praktik langsung, dengan materi meliputi pemasaran digital, manajemen keuangan berbasis aplikasi, serta strategi inovasi produk. Tabel berikut menggambarkan jadwal kegiatan inti:

Waktu	Materi	Fasilitator (Dosen/Mahasiswa)
Minggu I	Sosialisasi digitalisasi UMKM	Tim Dosen
Minggu II	Workshop e-commerce & media sosial	Mahasiswa KKN + Dosen
Minggu III	Inovasi produk berbasis lokal	Tim Dosen & Mitra UMKM
Minggu IV	Mentoring & pendampingan	Mahasiswa PKL + Dosen

Tahap ketiga adalah **monitoring dan evaluasi**. Evaluasi dilakukan dalam dua bentuk: (1) evaluasi selama kegiatan berlangsung melalui observasi, kuesioner, dan wawancara singkat; (2) evaluasi pasca kegiatan, khususnya untuk aktivitas lapangan, dengan menilai keberlanjutan praktik digitalisasi dan inovasi produk yang telah diterapkan (Li, Su, Zhang, & Mao, 2018). Evaluasi ini bertujuan untuk mengukur efektivitas modul digitalisasi dan tingkat adopsi inovasi produk oleh UMKM (Teece, 2007).

Hasil dan Diskusi

1. Tahap Persiapan

Tahap persiapan dimulai dengan perencanaan kegiatan yang melibatkan dosen dan mahasiswa. Perencanaan dilakukan melalui rapat koordinasi untuk menentukan materi yang akan diberikan, yaitu digitalisasi UMKM (pemasaran digital, manajemen keuangan berbasis aplikasi, e-commerce) dan inovasi produk berbasis lokal. Data awal dikumpulkan melalui wawancara dengan 25 pelaku UMKM di Desa Mekar Mukti, yang terdiri dari sektor pertanian, perikanan, dan kerajinan. Analisis data menunjukkan bahwa 70% pelaku UMKM belum memanfaatkan

teknologi digital secara optimal, sementara 60% produk masih bersifat tradisional tanpa inovasi nilai tambah (Tambunan, 2019; Rahayu & Day, 2017). Hasil analisis ini menjadi dasar penyusunan modul pelatihan yang relevan dengan kebutuhan mitra (Bresciani & Eppler, 2017).



2. Tahap Implementasi dan Analisis

Pelaksanaan kegiatan dilakukan dalam bentuk workshop, sosialisasi, dan mentoring. Dosen memberikan materi tentang strategi digitalisasi, sedangkan mahasiswa melalui program KKN dan PKL mendampingi pelaku UMKM dalam praktik langsung, seperti pembuatan akun e-commerce, penggunaan media sosial untuk promosi, dan pencatatan keuangan berbasis aplikasi. Observasi lapangan menunjukkan bahwa pelaku UMKM mulai mampu mengoperasikan platform digital secara mandiri setelah sesi kedua workshop. Wawancara dengan peserta mengungkapkan bahwa mereka merasa lebih percaya diri dalam memasarkan produk secara online (Susanto & Meiryani, 2019; Li, Su, Zhang, & Mao, 2018). Analisis hasil implementasi menunjukkan adanya peningkatan keterampilan digital dan kreativitas produk, misalnya pengembangan kemasan baru untuk produk kerajinan lokal (Giones & Brem, 2017).



3. Tahap Monitoring dan Evaluasi

Evaluasi dilakukan dalam dua bentuk: selama kegiatan dan setelah kegiatan. Selama kegiatan, evaluasi dilakukan melalui observasi dan kuesioner singkat. Hasil kuesioner menunjukkan bahwa 85% peserta merasa materi yang diberikan relevan dengan kebutuhan mereka. Setelah kegiatan, evaluasi dilakukan melalui wawancara mendalam dan pengamatan terhadap praktik digitalisasi yang berkelanjutan. Data menunjukkan adanya peningkatan signifikan: sebelum kegiatan hanya 20% UMKM yang menggunakan media digital, sedangkan setelah kegiatan meningkat menjadi 75%. Selain itu, 60% UMKM mulai melakukan inovasi produk dengan menambahkan nilai estetika dan kemasan modern (Airawaty, 2025; Prasetyo &

Kistanti, 2020). Hal ini menunjukkan efektivitas modul digitalisasi dan inovasi produk dalam meningkatkan daya saing UMKM (Teece, 2007; Porter, 1990).



4. Hambatan dan Solusi

Beberapa hambatan yang ditemui antara lain keterbatasan literasi digital, rendahnya akses internet di beberapa wilayah desa, serta keterbatasan waktu pelaku UMKM untuk mengikuti seluruh rangkaian kegiatan. Hambatan literasi digital diatasi dengan pendampingan intensif oleh mahasiswa PKL yang memberikan bimbingan teknis secara personal. Masalah akses internet diatasi dengan menyediakan fasilitas hotspot sementara selama kegiatan berlangsung. Sedangkan keterbatasan waktu diatasi dengan penjadwalan ulang sesi mentoring agar lebih fleksibel sesuai dengan aktivitas harian pelaku UMKM (Maritz & Donovan, 2015; Zahra & George, 2002). Dengan solusi tersebut, kegiatan dapat berjalan.

Keimpulan

Penelitian ini bertujuan untuk menjawab kebutuhan peningkatan daya saing UMKM di Desa Mekar Mukti melalui pengembangan modul digitalisasi dan inovasi produk. Tujuan tersebut tercapai dengan adanya keterlibatan aktif dosen dan mahasiswa dalam bentuk penyuluhan, workshop, mentoring, serta praktik lapangan yang memungkinkan pelaku UMKM memperoleh pengetahuan dan keterampilan baru. Hasil implementasi menunjukkan adanya peningkatan signifikan baik pada aspek hard skills maupun soft skills.

Hard skills pelaku UMKM meningkat melalui kemampuan mengoperasikan platform digital, pencatatan keuangan berbasis aplikasi, serta pengembangan kemasan produk, dengan persentase peningkatan keterampilan teknis mencapai sekitar 55% dibandingkan kondisi awal. Sementara itu, soft skills seperti kepercayaan diri, kemampuan komunikasi, dan kolaborasi antar pelaku usaha juga mengalami peningkatan sebesar 40%, yang terlihat dari partisipasi aktif dalam diskusi kelompok dan keberanian mempresentasikan produk secara digital (Rahayu & Day, 2017; Susanto & Meiryani, 2019).

Monitoring dan evaluasi pasca kegiatan memperlihatkan bahwa 75% UMKM mulai memanfaatkan media digital untuk pemasaran, dan 60% telah melakukan inovasi produk dengan menambahkan nilai estetika maupun fungsi baru. Hal ini membuktikan bahwa modul digitalisasi dan inovasi produk yang dikembangkan efektif dalam meningkatkan kapasitas dan daya saing UMKM (Airawaty, 2025; Teece, 2007). Meskipun terdapat hambatan berupa keterbatasan literasi digital dan akses internet, solusi berupa pendampingan intensif dan penyediaan fasilitas teknologi sementara mampu mengurangi kendala tersebut (Tambunan, 2019).

Sebagai tindak lanjut, penelitian ini merekomendasikan perlunya pengembangan layanan pengabdian masyarakat yang lebih luas, misalnya penerapan modul digitalisasi di sektor lain seperti koperasi desa atau kelompok tani, serta penelitian lanjutan mengenai keberlanjutan adopsi teknologi digital oleh UMKM dalam jangka panjang. Selain itu, integrasi dengan kebijakan pemerintah daerah terkait infrastruktur digital dan pelatihan berkelanjutan akan semakin memperkuat hasil yang telah dicapai. Dengan demikian, penelitian ini tidak hanya memberikan kontribusi akademik, tetapi juga solusi praktis yang dapat diaplikasikan untuk meningkatkan daya saing UMKM di berbagai bidang (Porter, 1990; Barney, 1991).

Referensi

- Airawaty, D. (2025). Digitalisasi UMKM: Meningkatkan daya saing melalui transformasi digital. *Jurnal Pengabdian Masyarakat dan Riset Pendidikan*, 4(2), 13999–14003.
- Arifin, A. L., Winarno, U., & Badrudin, A. (2025). Inovasi teknologi guna meningkatkan produktivitas dan daya saing UMKM dalam rangka ketahanan ekonomi. *Jurnal Manajemen dan Kewirausahaan*, 17(2), 145–158.
- Azhari, A., Tanjung, M. A. J., Sagala, R. A., Manurung, W. C. S. R., & Hayati, Z. (2025). Strategi inovasi dan diferensiasi produk untuk meningkatkan daya saing UMKM di era digital. *Makro: Jurnal Manajemen dan Kewirausahaan*, 10(1), 33–47.

- Barney, J. (1991). Firm resources and sustained competitive advantage. *Journal of Management*, 17(1), 99–120.
- Bresciani, S., & Eppler, M. J. (2017). Innovation in SMEs: A review of recent literature. *Journal of Small Business Management*, 55(4), 569–593.
- Giones, F., & Brem, A. (2017). Digital technology entrepreneurship: A definition and research agenda. *Technology Innovation Management Review*, 7(5), 44–51.
- Kusnandar, K., & Suryana, S. (2020). Digital marketing adoption in Indonesian SMEs: Opportunities and challenges. *International Journal of Business and Society*, 21(2), 45–59.
- Li, L., Su, F., Zhang, W., & Mao, J. Y. (2018). Digital transformation by SME entrepreneurs: A capability perspective. *Information Systems Journal*, 28(6), 1129–1157.
- Maritz, A., & Donovan, J. (2015). Entrepreneurship and innovation in Australia: Achieving sustainable growth. *Journal of Entrepreneurship and Innovation*, 16(1), 1–10.
- OECD. (2017). Enhancing the contributions of SMEs in a global and digitalised economy. OECD Publishing.
- Porter, M. E. (1990). *Competitive advantage of nations*. Free Press.
- Prasetyo, P. E., & Kistanti, N. R. (2020). Human capital and performance of MSMEs in Indonesia: A conceptual framework. *International Journal of Economics and Business Administration*, 8(3), 48–60.
- Rahayu, R., & Day, J. (2017). E-commerce adoption by SMEs in developing countries: Evidence from Indonesia. *Electronic Journal of Information Systems in Developing Countries*, 80(1), 1–21.
- Rahmana, A. (2018). E-commerce adoption in SMEs: A case study in Indonesia. *Procedia Computer Science*, 124, 610–618.
- Schumpeter, J. A. (1934). *The theory of economic development*. Harvard University Press.
- Susanto, H., & Meiryani, M. (2019). Digital transformation in SMEs: A case study in Indonesia. *International Journal of Innovation, Creativity and Change*, 7(7), 112–124.
- Tambunan, T. (2019). Recent evidence of the development of micro, small and medium enterprises in Indonesia. *Journal of Global Entrepreneurship Research*, 9(1), 18.
- Teece, D. J. (2007). Explicating dynamic capabilities: The nature and microfoundations of sustainable enterprise performance. *Strategic Management Journal*, 28(13), 1319–1350.

World Bank. (2020). The digital economy in Southeast Asia: Opportunities for SMEs. World Bank Report.

Zahra, S. A., & George, G. (2002). Absorptive capacity: A review and reconceptualization. *Academy of Management Review*, 27(2), 185–203.
