



Strategi Pemberdayaan UMKM Untuk Peningkatan Ekonomi Melalui E-Commerce Di Desa Tanjung Laut, Ogan Ilir

Imam Solikin^{1*}, Septa Hardini², Okta Handika³, Sukarno⁴

¹*Program Studi Manajemen Informatika, Fakultas Vokasi, Universitas Bina Darma*

²*Program Studi Teknik Industri, Fakultas SainTek Universitas Bina Darma*

³*Program Studi Teknik Komputer, Fakultas Komputer, Universitas Bina Insan*

⁴*Program Studi Komunikasi, Fakultas SainTek, Universitas Bina Darma*

*Email: imamsolikin@binadarma.ac.id

ABSTRAK

Kegiatan pengabdian kepada masyarakat ini bertujuan untuk memberdayakan pelaku Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah (UMKM) di Desa Tanjung Laut, Kabupaten Ogan Ilir, melalui pemanfaatan *e-commerce* sebagai strategi peningkatan ekonomi lokal. Permasalahan utama yang dihadapi UMKM di desa ini adalah keterbatasan akses pasar, rendahnya literasi digital, serta kurangnya pemahaman dalam mengelola bisnis secara daring. Kegiatan ini dilaksanakan melalui pendekatan partisipatif dengan metode sosialisasi, pelatihan, dan pendampingan langsung terkait penggunaan *platform e-commerce*, branding produk, serta strategi pemasaran digital. Hasil kegiatan menunjukkan peningkatan pemahaman pelaku UMKM terhadap pemanfaatan teknologi digital, peningkatan jumlah produk yang dipasarkan secara *online*, serta terbukanya peluang pasar yang lebih luas. Strategi pemberdayaan ini diharapkan dapat menjadi model pengembangan UMKM berbasis digital yang berkelanjutan, serta memberikan kontribusi nyata terhadap peningkatan ekonomi masyarakat desa.

Kata Kunci: UMKM, *E-Commerce*, Ekonomi Desa, Digital Marketing

ABSTRACT

This community service program aims to empower Micro, Small, and Medium Enterprises (MSMEs) in Tanjung Laut Village, Ogan Ilir Regency, through the utilization of e-commerce as a strategy to improve the local economy. The main challenges faced by MSMEs in this area include limited market access, low digital literacy, and a lack of understanding in managing online businesses. This program was implemented using a participatory approach through socialization, training, and direct assistance related to the use of e-commerce platforms, product branding, and digital marketing strategies. The results of the program show an increase in MSME participants' understanding of digital technology, a higher number of products marketed online, and expanded market opportunities. This empowerment strategy is expected to serve as a sustainable digital-based MSME development model and contribute significantly to the economic growth of the village community.

Keywords: MSME, *E-commerce*, Village Economy, Digital Marketing

PENDAHULUAN

Usaha Mikro, Kecil, dan

Menengah (UMKM) memiliki peran strategis dalam mendorong pertumbuhan

ekonomi nasional dan daerah. Di Indonesia, UMKM berkontribusi terhadap Produk Domestik Bruto (PDB) sebesar lebih dari 60% serta menyerap tenaga kerja lebih dari 97% dari total angkatan kerja nasional (Koperasi, 2023). Namun, UMKM di daerah pedesaan masih menghadapi berbagai tantangan, seperti keterbatasan akses pasar, permodalan, serta rendahnya literasi digital dan teknologi.

Desa Tanjung Laut yang berada di Kabupaten Ogan Ilir merupakan salah satu wilayah yang memiliki potensi ekonomi berbasis UMKM, khususnya di sektor kerajinan tangan. Kerajinan tangan yang terkenal didesa tersebut berupa produk songket khasnya, memiliki potensi besar untuk dikembangkan sebagai pusat kerajinan tradisional. Namun, sebagian besar pelaku UMKM di desa ini masih menjalankan usahanya secara konvensional tanpa pemanfaatan teknologi digital dan akses pasar yang lebih luas. Akibatnya, pertumbuhan usaha cenderung stagnan dan belum memberikan dampak ekonomi yang signifikan bagi masyarakat sekitar.

Perkembangan teknologi informasi, khususnya dalam bentuk *e-commerce*, telah membuka peluang

besar bagi pelaku UMKM untuk menjangkau pasar yang lebih luas, meningkatkan efisiensi operasional, serta memperkuat daya saing produk lokal (Evangeulista et al., 2023). Pemanfaatan *platform* digital seperti marketplace, media sosial, dan aplikasi pesan-antar menjadi solusi yang efektif untuk mendorong transformasi UMKM menuju ekonomi digital. Namun demikian, penerapan teknologi tersebut memerlukan pendampingan, pelatihan, serta pemberdayaan yang terstruktur agar dapat diadopsi secara optimal oleh pelaku UMKM di tingkat desa (Laiya, 2025). Transformasi digital menjadi solusi strategis untuk memperluas jangkauan pasar sekaligus melestarikan budaya lokal.

Melalui program pengabdian kepada masyarakat ini, dilakukan upaya pemberdayaan UMKM di Desa Tanjung Laut melalui strategi pemanfaatan *e-commerce* dan penguatan kapasitas pelaku usaha. Kegiatan ini diharapkan dapat meningkatkan kemampuan UMKM dalam memasarkan produk secara digital, memperluas jaringan pasar, serta mendorong pertumbuhan ekonomi desa secara berkelanjutan

METODE PELAKSANAAN KEGIATAN

Kegiatan pengabdian ini dilaksanakan dengan menggunakan pendekatan partisipatif dan kolaboratif, yang melibatkan masyarakat, khususnya pelaku UMKM, secara aktif dalam seluruh rangkaian kegiatan. Metode ini dipilih karena terbukti efektif dalam meningkatkan partisipasi masyarakat dan keberlanjutan program (Endah, 2020). Rangkaian tahapan dalam pelaksanaan program ini meliputi:

1. Identifikasi dan Survei Lapangan, Tahapan awal dilakukan dengan survei lapangan untuk mengidentifikasi profil UMKM di Desa Tanjung Laut, termasuk jenis usaha, tingkat literasi digital, dan kendala yang dihadapi. Teknik pengumpulan data dilakukan melalui wawancara, observasi langsung, dan penyebaran kuesioner. Hasil dari tahap ini menjadi dasar dalam merancang bentuk intervensi yang tepat (Evangeulista et al., 2023).
2. Sosialisasi Program, Sosialisasi dilakukan kepada pelaku UMKM, perangkat desa, dan tokoh masyarakat setempat guna menyampaikan maksud, tujuan, manfaat, dan tahapan kegiatan.

Sosialisasi penting untuk membangun komitmen bersama dan meningkatkan keterlibatan masyarakat dalam program (Anisah & Kusumaningrum, 2024).

3. Pelatihan dan Workshop, Kegiatan pelatihan dirancang untuk meningkatkan kapasitas pelaku UMKM dalam memanfaatkan teknologi digital, khususnya *e-commerce*. Beberapa materi yang diberikan meliputi:

- a. *Literasi* digital dasar: Penggunaan perangkat dan aplikasi digital sederhana.
- b. Pemanfaatan *marketplace* dan *e-commerce*: Praktik langsung membuat toko daring di platform Shopee (Laiya, 2025).
- c. Pemasaran digital dan komunikasi bisnis: Strategi memanfaatkan *marketplace* dan aplikasi WhatsApp Business untuk interaksi dengan pelanggan (Evangeulista et al., 2023).

Metode pelatihan menggunakan teknik demonstrasi dan praktik langsung agar lebih mudah dipahami oleh peserta yang belum terbiasa dengan teknologi.

4. Pendampingan *Implementasi*,

Setelah pelatihan, dilakukan pendampingan untuk membantu UMKM menerapkan materi dalam kegiatan usaha sehari-hari. Pendampingan dilakukan selama beberapa minggu, dengan fokus pada pengelolaan akun *e-commerce*, pengunggahan produk (Laiya, 2025).

5. Monitoring dan Evaluasi, Monitoring dilakukan untuk mengevaluasi efektivitas program dan mengidentifikasi tantangan yang muncul selama *implementasi*. Evaluasi dilakukan melalui wawancara, dan observasi. Indikator keberhasilan meliputi: (1) jumlah UMKM yang aktif di platform digital; (2) peningkatan penjualan; dan (3) kepuasan peserta terhadap program (Muniarty et al., 2021).

HASIL DAN PEMBAHASAN

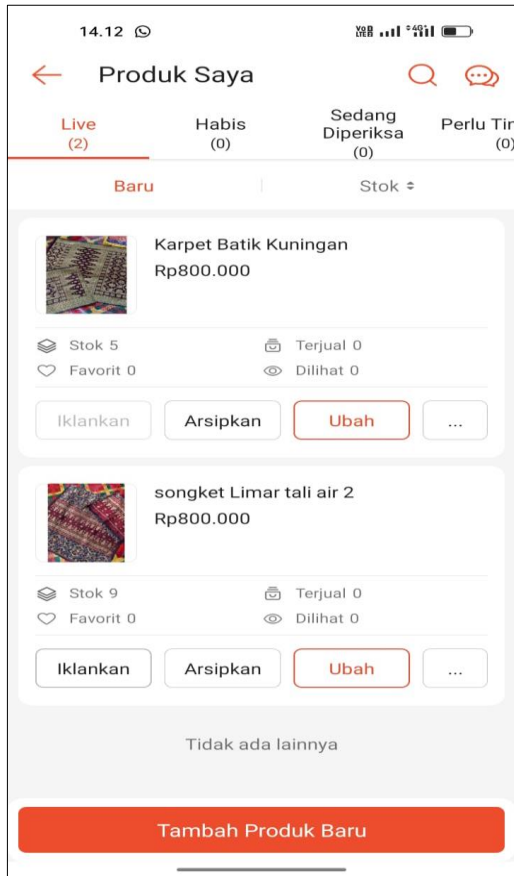
Kegiatan pengabdian kepada masyarakat yang dilaksanakan di Desa Tanjung Laut memberikan hasil yang cukup signifikan dalam upaya pemberdayaan UMKM berbasis digital. Pelaksanaan program ini berlangsung selama 30 hari, melibatkan 15 pelaku UMKM yang bergerak di sektor kerajinan songket lokak.

1. Peningkatan Literasi Digital,

Sebelum pelatihan, mayoritas peserta belum memiliki pemahaman dasar mengenai teknologi digital dan *e-commerce*. Berdasarkan hasil pre-test, hanya 20% peserta yang mengetahui tentang *marketplace* dan cara kerjanya. Setelah pelatihan, hasil post-test menunjukkan peningkatan pemahaman sebesar 80%, terutama dalam aspek penggunaan perangkat digital, pengelolaan akun *e-commerce*. Peningkatan literasi digital ini menunjukkan bahwa pendekatan pelatihan langsung dan berbasis praktik efektif untuk mempercepat adopsi teknologi oleh pelaku UMKM pedesaan (Evangeulista et al., 2023).

2. Implementasi Toko Online, Dari total peserta, semua UMKM berhasil membuat akun dan mulai memasarkan produknya melalui platform seperti Shopee. Selain itu, sebagian besar peserta juga mulai aktif memanfaatkan WhatsApp Business sebagai sarana komunikasi dan promosi produk. Produk yang sebelumnya hanya dijual secara lokal kini mulai menjangkau konsumen di luar wilayah desa. Keberhasilan ini menunjukkan bahwa digitalisasi membuka peluang pasar yang lebih

luas bagi UMKM (Laiya, 2025), yang menyatakan bahwa *e-commerce* dapat meningkatkan daya saing UMKM di era ekonomi digital.



Gambar 1. *E-commerce* yang dibangun menggunakan Shopee

3. Dampak Ekonomi Langsung, Beberapa peserta melaporkan peningkatan omzet antara 10% hingga 25% dalam satu bulan setelah mulai berjualan secara *online*. Selain itu, pelaku usaha juga mengaku lebih percaya diri dalam memasarkan produk serta mulai merencanakan pengembangan usahanya.

4. Kendala dan Tantangan, Beberapa kendala yang dihadapi selama program antara lain:

- Terbatasnya akses *internet* yang stabil di beberapa wilayah desa.
- Rendahnya ketersediaan perangkat digital seperti *smartphone* yang memadai.
- Kebutuhan pendampingan lanjutan karena sebagian peserta masih memerlukan bimbingan intensif dalam operasional *e-commerce*.

Hal ini menunjukkan pentingnya kolaborasi berkelanjutan dengan pemerintah desa, lembaga pendidikan, dan pihak swasta untuk menyediakan infrastruktur dan dukungan jangka panjang (Laiya, 2025).

KESIMPULAN

Program pemberdayaan UMKM melalui *e-commerce* di Desa Tanjung Laut berhasil meningkatkan literasi digital, keterampilan pemasaran online, dan jangkauan pasar pelaku usaha. Sebagian besar peserta mampu mengimplementasikan pengetahuan yang diperoleh ke dalam praktik bisnis, dengan indikasi peningkatan omzet dan kualitas branding produk. Meskipun terdapat kendala teknis, program ini menunjukkan potensi besar dalam

mendorong transformasi digital UMKM desa dan layak untuk direplikasi di wilayah lain.

DAFTAR PUSTAKA

- Anisah, A., & Kusumaningrum, T. A. I. (2024). Penguatan Kapasitas Kader Jumantik dalam Perencanaan, Implementasi, dan Evaluasi Program. *JPPM (Jurnal Pengabdian Dan Pemberdayaan Masyarakat)*, 8(3), 389–394.
- Endah, K. (2020). Pemberdayaan masyarakat: Menggali potensi lokal desa. *Moderat: Jurnal Ilmiah Ilmu Pemerintahan*, 6(1), 135–143.
- Evangeulista, G., Agustin, A., Putra, G. P. E., Pramesti, D. T., & Madiistriyatno, H. (2023). Strategi UMKM dalam menghadapi digitalisasi. *Oikos Nomos: Jurnal*

Kajian Ekonomi Dan Bisnis, 16(1), 33–42.

- Koperasi, D. (2023). Laporan Tahunan UMKM Kota Mataram. *Mataram: Dinas Koperasi Dan UKM Kota Mataram*.
- Laiya, N. P. (2025). Pemberdayaan UMKM Melalui Digital Marketing Dalam Meningkatkan Daya Saing di Era Industri 4.0 di Kelurahan Dulomo Selatan, Kecamatan Kota Utara, Kota Gorontalo. *Jurnal Pengabdian Masyarakat (J-AbMas)*, 1(1), 1–13.
- Muniarty, P., Bairizki, A., Sudirman, A., Wulandari, W., Anista, J. S. A., Elistia, E., Satriawan, D. G., Putro, S. E., Suyatno, A., & Setyorini, R. (2021). *Kewirausahaan*.