

Transformasi Digital Untuk Meningkatkan Daya Saing UMKM Perempuan di Kabupaten Pangkajene dan Kepulauan

Khaerunnisa Nur Fatimah Syahnur[✉], Program Studi Manajemen Retail, Institut Teknologi dan Bisnis Kalla, Makassar. E-mail: khaerunnisasyahnur@kallainstitute.ac.id

Mardiatul Jannah, Program Studi Kewirausahaan, Institut Teknologi dan Bisnis Kalla, Makassar. E-mail: mardiatuljannah@kallainstitute.ac.id

Kiki Resky Ramdhani Sucipto, Program Studi Bisnis Digital, Institut Teknologi dan Bisnis Kalla, Makassar. E-mail: kikiresky@kallabs.ac.id

Bahtiar Herman, Program Studi Kewirausahaan, Universitas Muhammadiyah Sidenreng Rappang, Makassar. E-mail: bahtiarherman.bh@gmail.com

Keisyah Rifqah Arizahni, Program Studi Manajemen Retail, Institut Teknologi dan Bisnis Kalla, Makassar. E-mail: keisyar1205@gmail.com

Abstrak

Kegiatan pengabdian masyarakat ini dilakukan untuk mendukung kelompok UMKM perempuan BATARI (Bandeng Tanpa Duri) di Kabupaten Pangkajene Kepulauan. Sebanyak 12 peserta mengikuti pelatihan yang diselenggarakan oleh Tim Dosen Pengabdian dari Kalla Institute. Materi pelatihan terdiri dari tiga topik utama yaitu infrastruktur dan akses ke platform digital, pemasaran digital, serta literasi dan inklusi keuangan digital. Tujuan dari pelatihan ini adalah untuk memperkenalkan dan meningkatkan pemahaman peserta tentang penggunaan teknologi digital dalam usaha mereka, penggunaan bantuan internet untuk meningkatkan keahlian pemasaran digital, dan memperkuat literasi keuangan digital. Pelatihan ini memberikan teori dan praktik langsung kepada seluruh peserta untuk dapat terkoneksi dengan modem yang telah disediakan oleh tim pengabdian, pengabdian ini juga menyediakan praktik penggunaan studio box untuk pembuatan konten. Hasil dari kegiatan ini menunjukkan peningkatan pemahaman peserta tentang penggunaan teknologi digital agar dapat terkoneksi dengan internet untuk menyusun strategi pemasaran secara digital dengan bantuan konten, dalam mencapai keberlanjutan dan kesuksesan kelompok UMKM.

Kata Kunci: *UMKM, Digital Marketing, Literasi dan Inklusi Keuangan.*

Abstract

This community service activity is carried out to support the BATARI women's MSME group in Pangkajene Kepulauan Regency. A total of 12 participants attended the training organized by the Community Service Faculty Team from Kalla Institute. The training materials contain three main topics: infrastructure and access to digital platforms, digital

marketing, and digital financial literacy and inclusion. This training aims to introduce and enhance participants' understanding of the use of digital technology in their businesses and the use of internet assistance to improve digital marketing skills and strengthen digital financial literacy. This training provides both theory and hands-on practice for all participants to connect with the modems provided by the service team. The program also offers practical use of a studio box for content creation. The results of this activity show an increase in participants' understanding of how to use digital technology to connect to the internet to develop digital marketing strategies with the help of content, ultimately achieving sustainability and success for MSME groups.

Keywords: *MSMEs, Digital Marketing, Digital Financial Literacy and Inclusion.*

Copyright (c) 2024 **Khaerunnisa Nur Fatimah Syahnur**

✉ Corresponding author :

Email Address : khaerunnisasyahnur@kallainstitute.ac.id

PENDAHULUAN

Kelompok BATARI Pangkep merupakan salah satu kelompok usaha mikro kecil dan menengah yang berada di bawah naungan Aisyiyah, yang didedikasikan untuk mendukung ekonomi para wanita muslim pribumi. Hal ini sesuai dengan data dari Kemenkop pada tahun 2023 yang menunjukkan bahwa besaran jumlah pelaku UMKM di Indonesia didominasi oleh perempuan. Namun, seperti banyak daerah lain di Indonesia, kondisi perkembangan UMKM di Kabupaten Pangkajene dan Kepulauan juga memiliki tantangan tersendiri. Akses terhadap teknologi dan infrastruktur masih menjadi hambatan bagi sebagian UMKM di daerah ini (Fauzi, Antoni, & Suwarni, 2020). Meskipun upaya digitalisasi semakin meningkat, masih banyak UMKM yang belum mampu mengakses atau memanfaatkan teknologi secara optimal untuk meningkatkan operasional dan pemasaran mereka (Andriamahery & Qamruzzaman, 2022).

Perkembangan dan penggunaan teknologi yang semakin meningkat, terbukti secara empiris memengaruhi proses bisnis dan memberikan tantangan baru untuk para wirausaha tidak terkecuali wirausaha perempuan (Kementerian Koordinator Bidang Perekonomian, 2023). Pergeseran model bisnis dari tradisional menjadi digital semakin meningkat dan mendorong kebutuhan literasi dan inklusi baik dari segi keuangan maupun pemasaran terhadap kelompok wirausaha perempuan (Kominfo, 2022). Hasil penelitian ilmiah menunjukkan relasi kaum perempuan dengan dunia digital masih jauh dari kata ideal (Zhang & Zhou, 2021). Masalah utama yang dihadapi oleh banyak kaum perempuan dengan dunia digital dapat dilihat dari lemahnya kompetensi digital dan kesenjangan digital (Syahnur & Syarif, 2024).

Pelatihan terkait manajemen usaha, pemasaran digital, dan keuangan digital sangat penting untuk memberikan pemahaman yang lebih baik kepada pelaku UMKM dalam mengelola bisnis mereka secara efektif (Hasan, Ashfaq, Parveen, & Gunardi, 2022). Akses terhadap pasar yang lebih luas juga perlu diperhatikan. Kabupaten

Pangkajene dan Kepulauan memiliki potensi produk unggulan yang bisa dipasarkan secara lebih luas baik secara lokal, nasional, maupun internasional. Namun, untuk mencapai pasar yang lebih luas, perlu adanya upaya dalam hal pemasaran dan distribusi yang lebih efektif (Alić, Činjurević, & Agić, 2020). Program bantuan, pelatihan, dan pendampingan terus diperlukan dan akan dilakukan untuk meningkatkan daya saing dan kapasitas UMKM di Kab. Pangkep.

Anggota kelompok BATARI Pangkep terdiri dari perempuan yang aktif dalam berbagai bidang usaha, mulai dari kerajinan tangan, usaha kuliner, hingga jasa lainnya. Mereka berkumpul untuk saling mendukung, berbagi pengalaman, serta bertukar ide dan keterampilan dalam mengembangkan usaha masing-masing. Salah satu program kerja kelompok BATARI Pangkep adalah pelatihan dan pendampingan bagi anggotanya. Pelatihan ini mencakup berbagai aspek, seperti manajemen usaha, pemasaran, pengemasan, keuangan, dan keterampilan teknis terkait dengan jenis usaha yang dijalankan.

Terdapat beberapa produk Batari yang juga telah mendapatkan perizinan Pangan Industri Rumah Tangga (PIRT) dari Dinas Kesehatan Kab. Pangkep yaitu:

1. Produk Baje Bandong di Desa Bulu Cindea.
2. Produk Keripik Sukun, Keripik Pisang dan Keripik Doipang di Desa Bowong Cindea.
3. Produk Kerupuk Jeruk Purut dan Kacang Telur di Desa Biraeng.
4. Produk Doi-Doi, Abon, Nuget Udang dan Batari (Bandeng Tanpa Duri) di Desa Bontomanai.

Tujuan pelaksanaan kegiatan pengabdian masyarakat pemula pada kelompok BATARI sangatlah penting untuk meningkatkan daya saing dan kesejahteraan ekonomi anggotanya. Pertama, kegiatan ini bertujuan untuk memberikan pengetahuan dan keterampilan yang diperlukan kepada anggota BATARI terkait penggunaan teknologi digital dalam mengelola dan memasarkan produk mereka, dengan demikian anggota akan dapat meningkatkan efisiensi operasional, mencapai pasar yang lebih luas, dan meningkatkan pendapatan mereka melalui pemanfaatan platform online.

Kedua, tujuan dari kegiatan ini adalah untuk meningkatkan akses dan penguasaan teknologi digital di kalangan anggota BATARI. Pelaksanaan kegiatan pengabdian ini akan menyediakan pelatihan yang sesuai dan menyediakan akses yang memadai terhadap infrastruktur digital, anggota kelompok akan dapat mengatasi hambatan terkait keterbatasan akses dan pengetahuan teknologi. Hal ini akan membantu mereka untuk lebih percaya diri dan efektif dalam mengimplementasikan solusi digital dalam bisnis mereka.



Gambar 1. Hasil Produk UMKM Kelompok BATARI Pangkep

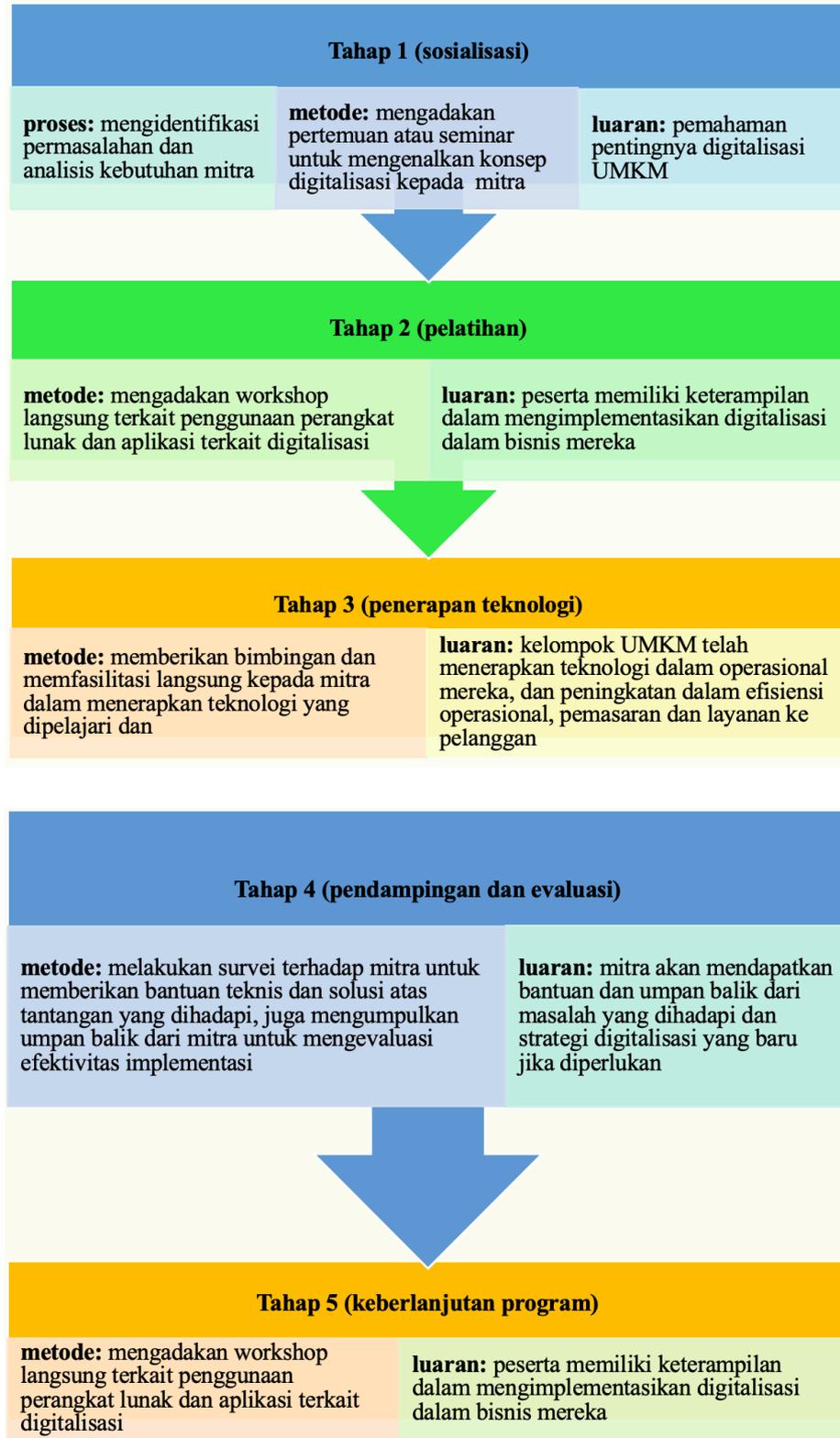
Selain digitalisasi dalam pengelolaan dan pemasaran produk, pelaksanaan kegiatan pengabdian juga akan fokus pada digitalisasi dalam bidang keuangan bagi anggota BATARI di Pangkep. Tujuan utama dari digitalisasi dalam bidang keuangan adalah untuk meningkatkan aksesibilitas dan efisiensi dalam manajemen keuangan usaha mereka (Oggero, Rossi, & Ughetto, 2020). Pertama, dengan memperkenalkan sistem pembayaran digital dan perbankan online, anggota Batari akan dapat mengelola transaksi keuangan mereka dengan lebih mudah dan aman. Hal ini akan membantu mereka untuk melacak pemasukan dan pengeluaran dengan lebih akurat, serta memungkinkan akses yang lebih mudah terhadap layanan keuangan, seperti pinjaman usaha.

Digitalisasi dalam bidang keuangan juga akan mencakup pengenalan aplikasi dan perangkat lunak manajemen keuangan yang dapat membantu anggota BATARI dalam perencanaan dan pengelolaan anggaran, penagihan, dan pelaporan keuangan. Penggunaan sistem yang terintegrasi dan otomatis membantu anggota BATARI dapat menghemat waktu dan tenaga yang sebelumnya mereka habiskan dalam proses manual. Terakhir, pelaksanaan kegiatan digitalisasi dalam bidang keuangan juga akan memberikan pelatihan tentang literasi keuangan kepada anggota BATARI.

METODOLOGI

Kegiatan pengabdian ini terdiri dari tiga sesi utama yang mencakup materi tentang infrastruktur dan akses ke platform digital, materi kedua terkait literasi dan

praktik terhadap digital marketing dan yang terakhir materi terkait literasi dan inklusi keuangan digital. Kegiatan ini dilakukan pada Kelompok BATARI (Bandeng Tanpa Duri) di Kabupaten Pangkajene dan Kepulauan yang dihadiri oleh 12 orang anggota kelompok.





Gambar 2. Peserta Pengabdian Kelompok BATARI Pangkep

Adapun tahap kegiatan pengabdian ini dibagi menjadi 3 target utama dengan masalah prioritas yang dialami oleh mitra, yang dijabarkan sebagai berikut. adalah sebagai berikut.

1. **Target permasalahan infrastruktur dan akses penggunaan platform digital**, fokus pada permasalahan ini adalah kurangnya pengetahuan anggota kelompok UMKM dalam penggunaan infrastruktur digital dan kurangnya akses untuk penggunaan platform digital. **Oleh karena itu**, permasalahan ini selanjutnya akan diatasi dengan workshop terkait penggunaan teknologi, dan pemberian aset berupa router wifi dan kuota dengan harapan peserta dapat langsung melakukan praktik penggunaan infrastruktur tersebut.
2. **Target permasalahan pemasaran produk secara online**, fokus pada permasalahan ini adalah penggunaan teknologi digital yang masih minim dalam memasarkan produk. Pemasaran hasil produk dari kelompok UMKM Batari masih berfokus pada cara yang konvensional atau *offline*, sehingga target pasar yang dicapai hanya dalam lingkup kecil, perkembangan era digital yang masif memberi tantangan pada kelompok UMKM Batari untuk dapat bersaing dengan pelaku UMKM yang telah mengadopsi dan mengoptimalkan platform digital dalam memasarkan hasil produknya. **Permasalahan ini**, selanjutnya akan diatasi dengan memberikan training berupa workshop yang akan membekali para anggota kelompok untuk mampu menggunakan beberapa platform digital seperti media sosial, e-commerce dan market place dalam memasarkan produk mereka.
3. **Target permasalahan literasi dan digitalisasi keuangan**, anggota kelompok UMKM memiliki pengetahuan yang minim terkait penggunaan, keuntungan

dan kemudahan dalam mengadopsi sistem keuangan digital pada transaksi jual beli. Mereka masih bergantung pada metode tradisional dalam mengelola keuangan, seperti pencatatan manual atau transaksi tunai. Kurangnya pengetahuan tentang solusi keuangan digital dan ketidakmampuan dalam menggunakan aplikasi atau platform keuangan digital sering kali menjadi hambatan utama. Selain itu, kekhawatiran terkait keamanan dan privasi data dalam menggunakan layanan keuangan online juga dapat memperlambat adopsi teknologi digital di kalangan UMKM. **Oleh karena itu**, pendekatan yang holistik, termasuk pelatihan, pendampingan, dan penyediaan infrastruktur yang mendukung, sangat diperlukan untuk membantu UMKM mengatasi tantangan ini dan memanfaatkan.

HASIL DAN PEMBAHASAN

Kegiatan pengabdian yang dilaksanakan menunjukkan peningkatan pemahaman peserta terhadap teknologi digital dan penerapannya dalam usaha mereka. Pada sesi Infrastruktur dan Akses ke Platform Digital, peserta belajar bagaimana mengakses dan memanfaatkan platform digital seperti e-commerce dan media sosial untuk memperluas pasar. Hasil observasi menunjukkan bahwa sebagian besar peserta berhasil membuat akun bisnis di platform e-commerce dan mulai mempromosikan produk mereka secara online.

Sesi *Digital Marketing* memberikan wawasan mendalam mengenai strategi pemasaran digital. Peserta diajarkan cara membuat konten menarik, menggunakan iklan berbayar, dan menganalisis data pemasaran. Hasil wawancara setelah sesi ini menunjukkan peningkatan kepercayaan diri peserta dalam mempromosikan produk mereka secara digital. Beberapa peserta bahkan melaporkan peningkatan penjualan setelah menerapkan strategi yang diajarkan selama pelatihan.

Materi Literasi dan Inklusi Keuangan Digital juga memberikan dampak positif bagi peserta. Mereka diajarkan mengenai pentingnya pengelolaan keuangan yang baik dan bagaimana menggunakan layanan keuangan digital untuk mendukung usaha mereka. Berdasarkan wawancara dan hasil survei yang diberikan pada akhir kegiatan menunjukkan bahwa peserta mulai lebih disiplin dalam mencatat pemasukan dan pengeluaran serta mulai menggunakan aplikasi keuangan untuk memantau kondisi keuangan mereka. Ini menunjukkan bahwa literasi keuangan digital yang baik dapat membantu UMKM dalam pengambilan keputusan keuangan yang lebih tepat (Yahya, Afrizal, Zakiyabarsi, & Sulistiyanti, 2024).

Selain peningkatan pengetahuan, peserta juga menerima aset berupa modem, kuota internet, dan studio box untuk praktik pembuatan konten. Hal ini memberikan mereka alat yang diperlukan untuk terus menerapkan ilmu yang didapat selama pelatihan. Berdasarkan evaluasi keseluruhan, peserta merasa sangat terbantu dengan

adanya pelatihan ini dan menunjukkan antusiasme untuk mengikuti kegiatan serupa di masa mendatang. Disarankan agar program pendampingan berkelanjutan dilakukan untuk memastikan keberlanjutan penerapan teknologi digital dalam usaha mereka, yang pada akhirnya dapat meningkatkan daya saing UMKM perempuan di Kabupaten Pangkajene dan Kepulauan.

SIMPULAN

Kegiatan pengabdian "Transformasi Digital untuk Meningkatkan Daya Saing UMKM Perempuan di Kabupaten Pangkajene dan Kepulauan" berhasil mencapai tujuannya dalam meningkatkan pemahaman dan keterampilan digital para peserta. Melalui pelatihan yang komprehensif dan terstruktur, peserta dari kelompok UMKM BATARI (Bandeng Tanpa Duri) Pangkep memperoleh pengetahuan penting tentang infrastruktur digital, strategi pemasaran digital, dan literasi keuangan digital. Ini menunjukkan bahwa transformasi digital merupakan langkah yang efektif untuk memperkuat daya saing UMKM perempuan di daerah ini.

Materi Infrastruktur dan Akses ke Platform Digital membantu peserta dalam memahami dan memanfaatkan teknologi digital untuk memperluas jangkauan pasar mereka. Keberhasilan peserta dalam membuat akun bisnis di platform *e-commerce* dan mulai mempromosikan produk mereka secara online menjadi indikator positif dari pelatihan ini. Dengan dukungan teknologi, UMKM dapat lebih mudah menjangkau konsumen dan meningkatkan penjualan.

Sesi *Digital Marketing* memberikan strategi praktis yang dapat langsung diterapkan oleh peserta. Peningkatan kepercayaan diri dan laporan peningkatan penjualan dari peserta menunjukkan efektivitas materi yang disampaikan. Pengetahuan tentang pembuatan konten menarik dan analisis data pemasaran memberikan peserta alat yang dibutuhkan untuk mengoptimalkan pemasaran digital mereka. Hal ini penting untuk meningkatkan *visibility* dan daya tarik produk UMKM di pasar yang semakin kompetitif.

Materi Literasi dan Inklusi Keuangan Digital juga memberikan dampak signifikan dalam pengelolaan keuangan UMKM. Dengan memahami pentingnya pengelolaan keuangan yang baik dan penggunaan layanan keuangan digital, peserta dapat membuat keputusan keuangan yang lebih tepat dan menguntungkan. Pemberian aset seperti modem, kuota internet, dan *studio box* juga memperkuat implementasi ilmu yang diperoleh. Untuk keberlanjutan program ini, disarankan agar pendampingan berkelanjutan dilakukan, sehingga transformasi digital yang sudah dimulai dapat terus berkembang dan memberikan manfaat jangka panjang bagi UMKM perempuan di Kabupaten Pangkajene dan Kepulauan.

UCAPAN TERIMA KASIH

Penulis menyampaikan rasa terima kasih yang tidak terhingga kepada semua pihak yang telah berkontribusi sehingga seluruh rangkaian proses pengabdian dapat berjalan lancar. Khususnya kepada Kelompok BATARI Pangkep atas waktu dan kesempatan yang telah diberikan kepada tim pengabdian untuk dapat melakukan program pengabdian ini.

Kami juga ingin mengucapkan terima kasih kepada KEMENRISTEKDIKTI dan Institut Teknologi dan Bisnis Kalla atas dukungan, bimbingan, dan kesempatan melaksanakan kegiatan ini. Bantuan dan bimbingan yang kami peroleh dari lembaga dan institusi membantu kelancaran program pengabdian yang kami laksanakan hingga diperoleh hasil yang baik. Kami ingin mengucapkan terima kasih atas bimbingan, rekomendasi, dan dukungan yang telah diberikan dan kami berharap kolaborasi ini dapat berlanjut untuk kebaikan bersama.

Referensi :

- Alić, A., Činjurević, M., & Agić, E. (2020). The role of brand image in consumer-brand relationships: Similarities and differences between national and private label brands. *Management and Marketing, 15*(1), 1–16. <https://doi.org/10.2478/mmcks-2020-0001>
- Andriamahery, A., & Qamruzzaman, M. (2022). Do Access to Finance, Technical Know-How, and Financial Literacy Offer Women Empowerment Through Women's Entrepreneurial Development? *Frontiers in Psychology, 12*(January), 1–16. <https://doi.org/10.3389/fpsyg.2021.776844>
- Yahya, S. D., Afrizal, Y. H., Zakiyabarsi, F., & Sulistiyanti, S. R. (2024). *KOLABORASI SOSIAL MELALUI INOVASI TEKNOLOGI DIGITAL*.
- Fauzi, F., Antoni, D., & Suwarni, E. (2020). Women entrepreneurship in the developing country: The effects of financial and digital literacy on SMEs' growth. *Journal of Governance and Regulation, 9*(4), 106–115. <https://doi.org/10.22495/JGRV9I4ART9>
- Hasan, R., Ashfaq, M., Parveen, T., & Gunardi, A. (2022). Financial inclusion – does digital financial literacy matter for women entrepreneurs? *International Journal of Social Economics*. <https://doi.org/10.1108/IJSE-04-2022-0277>
- Kementerian Koordinator Bidang Perekonomian. (2023). *Potensi UMKM Menjadi Modal Dalam Ekosistem Pengembangan Ekonomi*.
- Kominfo. (2022). *Pemerintah Dorong UMKM Perempuan Maksimalkan Potensi Lewat Digitalisasi dan Sertifikasi Halal. Kementerian Komunikasi Dan Informatika Republik Indonesia*.
- Oggero, N., Rossi, M. C., & Ughetto, E. (2020). Entrepreneurial spirits in women and men. The role of financial literacy and digital skills. *Small Business Economics, 55*(2), 313–327. <https://doi.org/10.1007/s11187-019-00299-7>
- Syahnur, K. N. F., & Syarif, R. (2024). The Effect of Digital Financial Literacy and Digital Financial Inclusion on Women's Entrepreneurship Empowerment. *Jurnal Manajemen Bisnis, 11*(1), 175–187. Retrieved from <https://jurnal.fe.umi.ac.id/index.php/JMB/article/view/662%0Ahttps://jurnal.fe.umi.ac.id/index.php/JMB/article/download/662/476>

Zhang, H., & Zhou, X. (2021). Gender Roles in Developing Countries and Women Entrepreneurs' Intention/Entry/ Business Engagement and Performance. *The Emerald Handbook of Women and Entrepreneurship in Developing Economies*, 35–48. <https://doi.org/10.1108/978-1-80071-326-020211003>